JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan
Vol. 8 No. 2, 2025, hal 343-356 ISSN 2746-3249

Pengaruh Literasi Keuangan Digital dan Gaya Hidup terhadap Keputusan dalam Menggunakan Paylater pada Mahasiswa

Nenden Susilowati*, Jovinka Nadya Epriella, Imam Rudi Mustofa, Rina Safitri, Yeremia Tobias Hutabarat
Universitas Negeri Yogyakarta
*nendensusilowati87@uny.ac.id

Abstract
The continuous progress in digital technology has brought about various modern financial services, one of which is paylater, a platform increasingly favored by university students. However, its utilization is largely influenced by students' level of digital financial literacy and lifestyle preferences. This research seeks to examine the combined effect of digital financial literacy and lifestyle on students' decisions to utilize paylater services within the Faculty of Economics and Business at Yogyakarta State University. The study adopted a quantitative method by administering online questionnaires to 72 active paylater users who were chosen using purposive sampling techniques. The gathered data were processed through multiple linear regression analysis. The results reveal that digital financial literacy ($\beta = 0.350$; $p < 0.05$) and lifestyle ($\beta = 0.544$; $p < 0.05$) significantly affect students' decisions to use paylater. Jointly, these variables explain 67.4% of the variance in paylater usage decisions ($R^2 = 0.674$). The findings imply that students with higher digital financial literacy tend to make more rational and responsible financial choices, whereas those with a more consumptive lifestyle are more likely to use paylater services. Hence, enhancing digital financial literacy among students is essential to foster wiser and more sustainable financial behavior in the digital era.
Keywords*: Digital Financial Litearcy; Lifestyle; Usage Decisions; Paylater.*

Abstrak
Kemajuan berkelanjutan dalam teknologi digital telah memunculkan berbagai layanan keuangan modern, salah satunya *paylater*, yang semakin populer di kalangan mahasiswa. Meskipun demikian, penggunaan *paylater* dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangan digital serta gaya hidup yang berkembang di masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh gabungan antara literasi keuangan digital dan gaya hidup terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan layanan *paylater* di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner secara daring kepada 72 mahasiswa pengguna aktif *paylater* yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan digital ($\beta = 0{,}350$; $p < 0{,}05$) dan gaya hidup ($\beta = 0{,}544$; $p < 0{,}05$) berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan *paylater*. Secara simultan, kedua variabel tersebut menjelaskan 67,4% variasi keputusan penggunaan *paylater* ($R^2 = 0{,}674$). Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik pemahaman keuangan digital seseorang, semakin rasional keputusan yang diambil dalam penggunaan layanan keuangan digital. Sebaliknya, gaya hidup konsumtif meningkatkan kecenderungan mahasiswa untuk memanfaatkan *paylater*. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan digital perlu terus dilakukan agar mahasiswa dapat menggunakan layanan finansial berbasis teknologi secara bijak dan bertanggung jawab.
Kata Kunci: Literasi Keuangan Digital; Gaya Hidup; Keputusan Penggunaan; *Paylater.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi mengakibatkan digitalisasi di berbagai aktivitas masyarakat khususnya bidang ekonomi menurut Fatimah & Imansyah (2023). Digitalisasi ini membuka peluang bagi perusahaan *fintech* di Indonesia. Akibatnya dalam beberapa tahun terakhir banyak *e-commerce* meluncurkan layanan-layanan yang mudah diakses, bahkan menjadi bagian penting dari aktivitas ekonomi di kalangan mahasiswa. Layanan *fintech* mencakup transaksi keuangan digital, layanan pinjaman *P2P* berbasis digital, serta platform investasi berbasis internet, dan berbagai layanan keuangan berbasis teknologi yang bertujuan untuk efisiensi, akuntabilitas, dan kenyamanan layanan keuangan menurut Aswirah, Arfah, & Alam (2024).

Akses yang mudah, penawaran menarik, dan prosedur yang mudah membuat *paylater* banyak digunakan mahasiswa yang ingin memenuhi kebutuhan konsumtif atau gaya hidup modern tanpa harus menunggu hingga tabungan terkumpul. Namun data terakhir menunjukkan adanya risiko yang signifikan, tingkat NPL BNPL pada April 2023 di kisaran 9,7%, melampaui ambang batas yang seharusnya 5%. Lebih dari itu, 47% dari NPL didominasi oleh para generasi muda usia 20-30 tahun (Aji, 2023). Kondisi ini menunjukkan bahwa kelompok usia muda termasuk mahasiswa rentan akan risiko gagal bayar. Kerentanan ini diperkuat dengan fakta bahwa sebagian mahasiswa belum memiliki penghasilan tetap atau masih bergantung dari dukungan finansial orang tua. Beberapa faktor yang diyakini berkontribusi memengaruhi seseorang dalam menggunakan *paylater* adalah literasi keuangan dan gaya hidup.

Sejumlah penelitian menunjukkan hasil yang tidak konsisten mengenai pengaruh literasi keuangan dalam pemanfaatan layanan *paylater*. Penelitian sebelumnya oleh Restike, Prasasti, Fitriani, & Monika (2024) mendukung pernyataan adanya hubungan positif antara literasi keuangan terhadap seseorang dalam menggunakan *paylater*, berarti bahwa tingginya tingkat literasi keuangan akan berpengaruh dalam hal penggunaan *paylater*. Namun temuan yang berbeda yang dilakukan oleh Rum & Paramitalaksmi (2024) menyatakan bahwa literasi keuangan tidak memengaruhi seseorang dalam menggunakan *paylater.* Dari sisi empiris, hasil SNLK 2025 menyatakan indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia tercatat sebesar 66,46 %, hanya meningkat 1,03 persen dari tahun 2024 (OJK, 2025). Angka ini menunjukkan masih terbatasnya pemahaman masyarakat terhadap keuangan. Dampaknya, seseorang cenderung mengambil keputusan keuangan yang kurang rasional termasuk konsumsi berlebihan dan penggunaan *paylater* secara impulsif. Putri (2024) menegaskan literasi keuangan rendah ditambah gaya hidup yang konsumtif memengaruhi mahasiswa dalam menggunakan *paylater*.

Faktor lain yang memengaruhi penggunaan *paylater* adalah gaya hidup. Aspek ini diperkuat dengan studi yang dilakukan oleh Safitri Yulianti Dewi (2025) serta Bila & Marlena (2024) menemukan adanya hubungan signifikan variabel gaya hidup berkaitan dengan memengaruhi intensitas seseorang dalam menggunakan *paylater*. Sehingga mahasiswa dengan gaya hidup hedonis lebih rentan menggunakan *paylater* secara berlebihan. Sebaliknya, studi empiris oleh Restike, Prasasti, Fitriani, & Monika (2024) menemukan bahwa gaya hidup tidak memengaruhi seseorang dalam pemanfaatan layanan *paylater*. Temuan yang tidak tetap ini mengindikasikan bahwa pola hubungan antara literasi keuangan digital, gaya hidup, dan perilaku penggunaan *paylater* masih belum dijelaskan secara menyeluruh.

Celah dalam literatur ini perlu ditegaskan secara lebih tajam guna memberikan kontribusi akademik yang bermakna, sebagian besar studi terdahulu masih berfokus pada masyarakat umum, sementara mahasiswa belum banyak dikaji secara komprehensif. Padahal , kelompok ini menunjukkan tingkat adopsi *paylater* yang tinggi serta risiko gagal bayar yang signifikan. Mahasiswa sering disebut berada pada fase transisi menuju kemandirian finansial dan sebagian besar masih bergantung pada dukungan ekonomi dari orang tua (Lestari dkk.,, 2024; Dzattadini dkk.,, 2025). Selain itu, penelitian terdahulu juga belum menjelaskan secara utuh bagaimana faktor kognitif berupa literasi keuangan digital dan faktor psikologis berupa gaya hidup

berinteraksi dalam memengaruhi perilaku penggunaan *paylater* di kalangan pengguna muda *fintech*.

Dengan demikian, terdapat ruang penelitian yang relevan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji kedua variabel tersebut secara simultan dengan konteks mahasiswa sebagai tahap transisi kemandirian finansial. Maka berdasarkan permasalahan, hipotesis yang diajukan dalam studi empiris ini adalah diduga literasi keuangan digital (X1) dan gaya hidup (X2) secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan *paylater* (Y).

Melalui pendekatan kuantitatif, studi ini menerapkan metode survei untuk mahasiswa yang memanfaatkan *paylater* dengan melibatkan kuesioner untuk mengumpulkan data. Pengujian pengaruh antar variabel dilakukan dengan menerapkan regresi linear berganda. Secara umum, temuan penelitian ini mengindikasikan kedua variabel tersebut terbukti memiliki kontribusi terhadap keputusan penggunaan *paylater* pada mahasiswa, meskipun tingkat pengaruhnya berbeda.

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur terkait literasi keuangan digital sehingga mahasiswa maupun masyarakat menjadi lebih bijak dalam mengelola keuangan, menggunakan *paylater*, menjadi dasar dalam merumuskan strategi edukasi dan pengendalian penggunaan layanan *paylater* secara lebih bijak, memberikan tambahan teoritis bagi pengembangan kajian perilaku keuangan digital. Secara khusus, penelitian ini berupaya menegaskan peran variabel literasi keuangan digital yang dapat berfungsi mencegah perilaku suatu individu, terkhusus mahasiswa, dari kecenderungan konsumtif dan risiko gagal bayar dalam penggunaan layanan *paylater* lintas platform.

PENELITIAN TERDAHULU

Literasi Keuangan Digital

Chen dan Volpe (1998) menjabarkan literasi keuangan merupakan suatu keterampilan individu dalam memahami sekaligus memanfaatkan informasi keuangan guna mengatur keuangannya secara bijaksana. Mereka menguraikan literasi keuangan ke dalam empat aspek utama, yaitu pengetahuan umum tentang keuangan, pemahaman terkait simpan pinjam, wawasan mengenai produk asuransi, serta kemampuan melakukan investasi.

Selanjutnya, Chen dan Volpe (1998) juga mengelompokkan level literasi keuangan menjadi 3 tingkatan, yakni rendah (kurang dari 60%), sedang (60–79%), dan tinggi (lebih dari 80%). Klasifikasi tersebut kemudian diperluas oleh Ricaldi dkk., (2022) melalui penambahan istilah *less literate*, *sufficient literate*, dan *well literate*. Secara garis besar, tingginya tingkat literasi keuangan seseorang, akan berefek pada kebijaksanaannya dalam pengambilan keputusan maupun perilaku finansialnya.

Sementara itu, menurut Rina Apriliani (2024), literasi keuangan dan literasi teknologi merupakan kompetensi individu dalam memahami konsep-konsep dasar dari kedua bidang tersebut serta mengaplikasikannya dalam aktivitas keseharian. Pandangan tersebut seiring dengan pernyataan Achmad Choerudin dkk., (2023) menggarisbawahi cakupan literasi keuangan meliputi aspek pengetahuan tentang pengelolaan keuangan, investasi, pinjaman, dan manajemen risiko, sedangkan literasi teknologi melibatkan pemahaman mengenai teknologi informasi dan komunikasi, pemanfaatan internet, serta keterampilan dalam menggunakan perangkat keras maupun perangkat lunak.

Gaya Hidup

Menurut Ajzen (1991) melalui *Theory of Planned Behavior* menyatakan bahwa gaya hidup merupakan bentuk perilaku konsumsi yang muncul dari adanya niat, di mana niat tersebut dipengaruhi oleh sikap individu, norma subjektif, serta persepsi mengenai kontrol perilaku. Sejalan dengan itu, Hirschman dan Holbrook (1982) mengartikan gaya hidup sebagai perilaku

konsumtif yang menekankan pengalaman multisensori, imajinasi, serta aspek emosional dalam pemanfaatan suatu produk.

Sementara itu, Plummer (1974) mengembangkan model AIO (*Activities, Interests, Opinions*) sebagai pendekatan untuk mengukur gaya hidup melalui analisis keterlibatan waktu, orientasi nilai, serta pandangan individu, sehingga menghasilkan segmentasi gaya hidup yang lebih komprehensif. Selanjutnya, Fishbein dan Ajzen (1975) menegaskan bahwa suatu keputusan tidak terlepas dari niat, dimana niat tersebut bermula dari munculnya sikap dan norma subjektif. Sehubungan dengan penggunaan layanan *paylater*, seseorang cenderung mengambil keputusan ketika memiliki sikap positif terhadap manfaat yang ditawarkan serta memperoleh dukungan dari lingkungan sosialnya.

Model Keputusan Konsumen

James F. Engel dkk., (1995) menjelaskan bahwa pengambilan keputusan berlangsung melalui beberapa tahapan, yaitu mengenali kebutuhan, mencari informasi, menilai berbagai alternatif, menentukan keputusan, hingga munculnya perilaku setelah pembelian. Pola tahapan ini juga tampak pada perilaku mahasiswa ketika memilih layanan *paylater* saat menghadapi kebutuhan yang mendesak.

Sementara itu, menurut Kahneman dan Amos Tversky (2013) melalui *Prospect Theory* menekankan bahwa keputusan finansial tidak selalu rasional sepenuhnya, melainkan dipengaruhi oleh cara individu memandang risiko dan peluang keuntungan. Dalam kerangka tersebut, mahasiswa sering kali memandang risiko keterlambatan pembayaran relatif kecil jika dibandingkan dengan manfaat praktis berupa kemudahan memperoleh barang atau jasa secara instan.

Penelitian berjudul *Pengalaman Pengguna Paylater Mahasiswa di Surabaya* yang dilakukan oleh Hardhika dan Huda (2021) menekankan pada pengungkapan motif mahasiswa menggunakan *paylater* yang dikategorikan ke dalam because-motives seperti desakan finansial, gaya hidup instan, dorongan *cashless society*, kepuasan berbelanja, serta adanya promo, dan *in order to motives* seperti menjadikan *paylater* sebagai kebiasaan pembayaran *cashless* dan strategi pengelolaan keuangan jangka panjang. Penelitian tersebut lebih bersifat deskriptif kualitatif karena berusaha memahami alasan-alasan subjektif yang mendorong penggunaan *paylater*. Sedangkan penelitian ini bersifat kuantitatif analitis karena menguji hubungan kausal antara literasi keuangan digital dan gaya hidup sebagai variabel independen terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan *paylater* sebagai variabel dependen.

Penelitian berjudul *Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Penggunaan Shopee Paylater terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa* yang dilakukan oleh Pratiwi dan Ni'am (2023) menganalisis pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan Shopee *Paylater* dalam mempengaruhi pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Dalam penelitian tersebut didapati adanya variabel independen kemampuan literasi keuangan dan gaya hidup secara simultan berhubungan positif mempengaruhi mahasiswa dalam memanajemen keuangan. Perbedaan utama dengan penelitian ini terletak pada fokus dan arah kausalitas penelitian, dimana penelitian terdahulu menggunakan penggunaan Shopee *Paylater* sebagai variabel bebas yang diasumsikan berkontribusi pada manajemen finansial pribadi, sedangkan penelitian ini menempatkan keputusan penggunaan *paylater* sebagai variabel terikat yang diasumsikan mengalami perubahan akibat literasi keuangan digital dan *lifestyle* (gaya hidup). Selain itu, studi terdahulu menggarisbawahi konsep literasi keuangan konvensional yang mencakup pengetahuan, perilaku, dan sikap keuangan secara umum, sementara penelitian ini mengadopsi konsep literasi keuangan digital yang lebih spesifik pada kemampuan memahami dan menggunakan teknologi finansial modern, sehingga memberikan perspektif yang lebih kontemporer dalam memahami perilaku keuangan mahasiswa di era digitalisasi.

Penelitian berjudul *Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater pada Generasi Millenial* oleh Rahmawati dan Mirati (2022) mengemukakan literasi keuangan dan gaya hidup berkontribusi semakin meningkatkan kecenderungan konsumtif. Kendati demikian, jika tingkat literasi keuangan tidak dikelola dengan benar maka akan mengarah ke perilaku konsumtif mahasiswa dengan menggunakan *paylater*. Perbedaannya terletak pada penelitian terdahulu yang berfokus pada satu aplikasi Shopee *Paylater* sebagai variabel dependennya. Sementara itu penelitian ini tidak mengacu hanya pada satu aplikasi *paylater* saja, melainkan ada beberapa aplikasi terkait yang sering digunakan mahasiswa sebagai aplikator *paylater*.

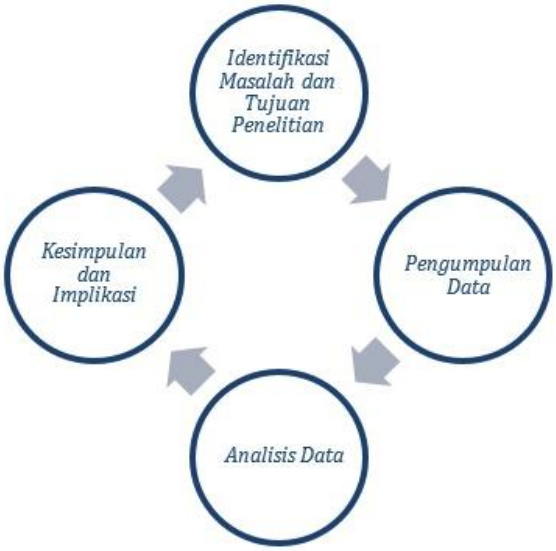
Selain tiga penelitian tersebut, terdapat beberapa penelitian lain yang semakin menguatkan urgensi dari penelitian ini. Tidak semua penelitian menemukan pengaruh langsung dari literasi keuangan maupun gaya hidup. Menurut Zein & Sartika (2025) dalam studinya *Financial Literacy, Consumptive Behavior, and Lifestyle on the Use of Shopee paylater dengan Moderasi Perilaku Keuangan* menyatakan bahwa seseorang dengan perilaku konsumtifnya sementara perilaku keuangan sebagai mediator lebih dominan memengaruhi daripada literasi keuangan. Menurut W, Kurniawan, & O (2023) melalui penelitiannya berjudul *Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Kredit Berisiko yang Dimediasi oleh Efikasi Diri pada Mahasiswa di Kota Surakarta* juga semakin menegaskan faktor psikologis selain pada faktor kognitif (literasi), yaitu efikasi diri menjadi faktor kunci yang memengaruhi dan mencegah mahasiswa melakukan perilaku kredit yang berisiko. Selain itu, Mariska, Prastyowati, & Sholihin (2024) dengan studi *Pengaruh Literasi Ekonomi, Layanan Dompet Digital, Layanan Paylater, dan Mental Accounting terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember* menemukan kecenderungan seseorang menjadi konsumtif diperkuat oleh adanya layanan *paylater* terutama jika digabungkan dengan dompet digital.

Dengan demikian, tidak sama halnya studi sebelumnya menyoroti alasan faktor penggunaan, serta hanya fokus kepada satu aplikasi *paylater* tertentu, penelitian ini berkontribusi pada aspek lain. Diantaranya adalah memiliki fokus pada pengujian bersama (simultan) literasi keuangan digital dan gaya hidup dalam hubungan kausalitasnya pada keputusan mahasiswa memanfaatkan berbagai platform layanan *paylater*. Lebih lanjut, penelitian ini juga berpotensi menjadi referensi mengenai potensi bahaya penggunaan *paylater* yang tidak terkontrol, seperti meningkatnya perilaku konsumtif, risiko gagal bayar, dan terbentuknya kebiasaan finansial yang kurang sehat pada mahasiswa. Oleh sebab itu, penelitian ini dapat mengisi celah dari penelitian terdahulu sekaligus memperluas literatur terkait perilaku keuangan generasi muda di era digital.

METODE

Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif. Dengan fokus pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Yogyakarta yang pernah menggunakan layanan *paylater*. Sebanyak 72 responden berpartisipasi dalam penelitian ini melalui penyebaran kuesioner daring menggunakan Google Form, di mana setiap pertanyaan dimasukkan secara digital dan dibagikan kepada responden melalui tautan.

Kuesioner yang digunakan berupa pertanyaan tertutup yang berisi opsi seperti sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Secara keseluruhan, instrumen penelitian ini mencakup empat bagian utama yang berisi 27 butir pertanyaan terkait literasi keuangan, gaya hidup, serta keputusan mahasiswa dalam memanfaatkan layanan *paylater*, sehingga dapat menggambarkan hubungan antara ketiga variabel tersebut.



Gambar 1. Diagram Alur Penelitian
Sumber: Dibuat oleh Peneliti

Diagram pada Gambar 1. Diagram Alur Penelitian menjelaskan tahapan sistematis dalam pelaksanaan penelitian ini. Proses dimulai dari identifikasi masalah dan penentuan tujuan penelitian, kemudian dilanjutkan dengan pengumpulan data sesuai pendekatan kuantitatif yang digunakan. Setelah data terkumpul, tahap selanjutnya adalah analisis data, di mana peneliti mengolah dan menafsirkan hasilnya untuk menemukan pola serta hubungan antarvariabel.

Tahap terakhir yaitu penarikan kesimpulan dan implikasi, yang berfungsi merumuskan hasil utama penelitian serta memberikan rekomendasi bagi pengembangan teori maupun praktik di lapangan. Seluruh pernyataan yang tercantum di kuesioner diukur dengan skala Likert 1–5, untuk menunjukkan sejauh mana persetujuan responden. *Software* IBM SPSS *Statistics Version* 21 digunakan untuk pengolahan dan analisis data, guna menghasilkan temuan yang empiris, sistematis, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh literasi keuangan digital dan gaya hidup terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan layanan *paylater*. Adapun hasil pengujian validitas instrumen penelitian disajikan:

Hasil Uji Validitas

Tabel 1
Hasil Uji Validitas

Variabel	KMO Measure of Sampling Adequacy	Bartlett's Test	Sig	Factor Loading	Keterangan
Literasi Keuangan Digital (X1)	0,705	264.645	0,000	> 0,5	Valid
Gaya Hidup (X2)	0,622	378.843	0,000	> 0,5	Valid
Keputusan Mahasiswa dalam menggunakan *paylater* (Y)	0,834	499.511	0,000	> 0,5	Valid

Sumber: Hasil Olah Data

Tabel 1 memperlihatkan, ketiga variabel penelitian yaitu Literasi Keuangan Digital (*Digital financial literacy*) sebagai X1, Gaya Hidup (*Lifestyle*) sebagai X2, dan Keputusan Mahasiswa dalam menggunakan *paylater* (Y) menunjukkan hasil yang valid ditunjukkan oleh semua nilai KMO lebih dari ambang batas 0,6. Nilai *Bartlett's Test* untuk ketiga variabel menunjukkan angka yang tinggi yaitu 264,645, 378,843, dan 499,511 memiliki signifikansi

yang bernilai 0,000 di semua variabel. Nilai signifikansi tersebut tergolong kurang dari batas kritis 0,05. Faktor loading semua variabel tertera nilainya diatas ambang batas 0,5 yang memenuhi kriteria validitas konstruk. Kombinasi hasil KMO yang memadai, *Bartlett's Test* yang signifikan, dan faktor loading yang tinggi mengkonfirmasi bahwa instrumen penelitian valid sehingga data layak ke tahap analisis selanjutnya, dengan variabel Y (Keputusan Mahasiswa) menunjukkan validitas tertinggi diikuti oleh Literasi Keuangan Digital dan Gaya Hidup.

Hasil Uji Reliabilitas

Alat ukur yang digunakan untuk menilai konsistensi instrumen yang digunakan (reliabilitas) adalah metode *Cronbach's Alpha*. Instrumen tersebut dianggap reliabel bila nilainya melampaui batas ketentuan senilai 0,70, maka berikut ringkasan hasil uji *reliability*:

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
Literasi Keuangan Digital (X1)	0.703	Reliabel
Gaya Hidup (X2)	0.701	Reliabel
Keputusan Mahasiswa dalam Menggunakan *Paylater* (Y)	0.824	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data

Hasil uji reliabilitas pada Tabel 2 menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* semua variabel masuk dalam ketentuan >0,70. Maka, instrumen penelitian terdeteksi reliabel dan dapat dianalisis dan uji lebih lanjut.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Tabel 3
Hasil Uji Asumsi Klasik

Asumsi Klasik	Hasil Uji	Kriteria	Kesimpulan
Uji Normalitas (*One Sample Kolmogorov-Smirnov*)	0,532	Asymp.sig. > 0,05	Data terdistribusi normal
Uji Linearitas X1	0,209	Deviation from Linearity Sig. > 0,05	Linear
Uji Linearitas X2	0,409	Deviation from Linearity Sig. > 0,05	Linear
Uji Multikolinearitas	Tolerance 0,548 VIF 1,824 Condition Index 20,748	Nilai VIF < 10 Nilai tolerance > 0,10 Nilai Condition Index < 30	Terbebas dari Multikolinearitas
Uji Homoskedasitas	Sig. 0,584	Sig. > 0,05	Homoskedastisitas terpenuhi

Sumber: Hasil Olah Data

Uji *Kolmogorov-Smirnov* digunakan pada penelitian ini sebagai alat penilaian distribusi data, uji ini menggunakan tingkat signifikansi 5%. Kenormalan data diklaim jika memenuhi ketentuan asymp.sig. diatas ambang batas 0,05, apabila sebaliknya yaitu nilai dibawah 0,05 kenormalan hasil data belum terpenuhi. Dari pengolahan data, nilai signifikansi yang diperoleh adalah senilai 0,532 (> 0,05), dengan demikian data terbukti memiliki distribusi normal.

Uji linearitas menunjukkan hubungan yang linier terkait dengan variabel literasi keuangan digital (X1) dan gaya hidup (X2) terhadap keputusan penggunaan *paylater* (Y). Nilai signifikansi X1 dan X2 masing-masing sebesar 0,209 dan 0,409 (semuanya > 0,05), menunjukkan bahwa hubungan antarvariabel bersifat linier dalam mempengaruhi variabel Y (keputusan penggunaan *paylater*).

Uji multikolinearitas bertujuan menilai adanya keterkaitan antarvariabel independen menggunakan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Model dapat dinyatakan bebas dari multikolinearitas jika memenuhi ketentuan nilai *Tolerance* > 0,10 dan VIF < 10.

Hasil penelitian menunjukkan *Tolerance* sebesar 0,548 dan VIF 1,824, oleh karena itu, peneliti menyimpulkan, model regresi yang digunakan bebas dari persoalan multikolinearitas.

Uji homoskedastisitas berfungsi dalam menilai jika *varians residual* sama dalam suatu model regresi untuk semua nilai variabel independen. Berdasarkan uji Glejser, memperlihatkan nilai signifikansi 0,584 (> 0,05), menandakan homoskedastisitas terpenuhi, yaitu varians residu tetap konstan dan tidak terjadi heteroskedastisitas. Selain itu, hasil Collinearity Diagnostics menunjukkan Condition Index tertinggi sebesar 20,748 (< 30) dengan proporsi varian yang seimbang, mengindikasikan tidak adanya multikolinearitas serius antarvariabel independen.

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4
Hasil Uji Regresi Linear

Model	Unstandarized Koefisien		Standarized Koefisien	t	Sig.
	B	Standar Eror	Beta		
(Constant)	-5,408	3,118		-1,735	0,087
Literasi Keuangan Digital	0,504	0,134	0,350	3,770	0,000
Gaya Hidup	0,763	0,130	0,544	5,860	0,000

Sumber: Hasil Olah Data

Persamaan yang terbentuk adalah *Y= -5,408 + 0,504 X1 + 0,763 X2*, menunjukkan kedua variabel berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *paylater* secara signifikan. Dengan demikian, literasi keuangan digital (X1=0,504; sig.0,000) membuktikan bahwa pemahaman finansial digital mendorong penggunaan *paylater* secara terkalkulasi sebagai instrumen manajemen kas, mengonfirmasi *Prospect Theory* bahwa individu literat mampu mengevaluasi *trade-off* manfaat dan risiko.

Gaya hidup (X2=0,763; sig.0,000) menunjukkan pengaruh lebih dominan, mencerminkan bahwa orientasi konsumtif dan tekanan normatif sosial menjadi pendorong utama. Dominasi gaya hidup mengkonfirmasi *Theory of Planned Behavior* bahwa sikap dan norma subjektif lebih kuat dibanding *perceived behavioral control*, sekaligus menguatkan *Dual-Process Theory* bahwa sistem emosional-impulsif mengalahkan sistem rasional dalam keputusan konsumsi mahasiswa.

Tabel 5
Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R	Std. Error of The estimate
	0,821	0,674	0,665	3,524

Sumber: Hasil Olah Data

Nilai R^2 sebesar 0,674 mengindikasikan model menjelaskan 67,4% variasi keputusan penggunaan *paylater*, tergolong substansial untuk penelitian perilaku konsumen. Korelasi majemuk (R=0,821) mengkonfirmasi hubungan kuat antara literasi keuangan digital dan gaya hidup dengan keputusan penggunaan *paylater.* Sisanya 32,6% *unexplained variance* mengindikasikan kontribusi faktor lain seperti kontrol diri, *peer influence*, pendapatan keluarga, dan religiusitas. Temuan ini berimplikasi bahwa intervensi harus holistik, tidak hanya edukasi finansial tetapi juga pembentukan nilai konsumsi rasional dan resistensi terhadap tekanan konsumerisme.

Tabel 6
Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Squares	f	Sig.
Regresion	1771.814	2	885.907	71,341	.000[b]
Residual	856.839	69	12.418		
Total	2628.653	71			

Sumber: Hasil Olah Data

Analisis ANOVA (uji F) menunjukkan nilai F sebesar 71,341 sementara signifikansi diperoleh sebesar 0,000. Bentuk regresi ini mampu dimanfaatkan dalam mengestimasi keputusan mahasiswa dalam menggunakan *paylater*, karena nilai probabilitasnya dibawah batas 0,05. Berdasarkan perhitungan, dapat dinyatakan bahwa pemahaman tentang gaya hidup digital dan keuangan secara simultan memengaruhi keputusan mahasiswa untuk menggunakan layanan *paylater*.

Pembahasan

Pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap Keputusan Menggunakan Paylater

Analisis penelitian memperlihatkan bahwa pemahaman tentang literasi keuangan digital memberikan dampak positif pada pilihan mahasiswa dalam menggunakan layanan *paylater*. Ini berarti, mahasiswa yang menguasai tingkat pemahaman keuangan digital yang lebih tinggi cenderung lebih berhati-hati, rasional, dan selektif saat membuat keputusan mengenai pemanfaatan layanan keuangan digital. Mereka menyadari cara kerja *paylater*, bahaya dari keterlambatan pembayaran, serta dampak jangka panjang yang bisa memengaruhi situasi finansial yang mereka miliki.

Sebaliknya, mahasiswa yang rendah pemahaman mengenai keuangan digitalnya cenderung mudah terpengaruh oleh promosi, potongan harga, atau kemudahan cicilan tanpa mempertimbangkan kemampuan mereka untuk membayar. Meskipun demikian, pengaruh literasi keuangan digital tidak bersifat seragam di berbagai konteks sosial dan geografis. Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Yogyakarta (FEB UNY) menunjukkan tingkat pemahaman keuangan digital relatif tinggi karena sebagian besar berasal dari latar belakang pendidikan ekonomi dan bisnis. Kondisi tersebut menjadikan mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Yogyakarta (FEB UNY) lebih kritis dan sadar risiko dalam memanfaatkan layanan *paylater*, sebab mereka terbiasa menggunakan pendekatan rasional dalam pengambilan keputusan keuangan. Berbeda dengan itu, konteks sosial ekonomi di Bandung menunjukkan karakteristik yang berbeda. Sebagai kota kreatif dengan aktivitas ekonomi digital dan desain yang tinggi, mahasiswa di Bandung cenderung menggunakan *paylater* lebih dari sekedar memenuhi perilaku konsumtif, tetapi juga untuk mendukung kegiatan produktif seperti pembelian perlengkapan kreatif, perangkat digital, atau kebutuhan bisnis kecil. Namun, kemudahan akses terhadap teknologi finansial di kota tersebut turut meningkatkan intensitas penggunaan *paylater* untuk memenuhi gaya hidup konsumtif.

Dengan demikian, literasi keuangan yang baik tidak selalu berbanding lurus dengan perilaku keuangan yang bijak, sebab norma sosial, tren digital, dan tekanan gaya hidup sering kali memperkuat dorongan konsumsi. Perbandingan ini memperlihatkan bahwa literasi keuangan digital bukan merupakan satu-satunya faktor penentu perilaku keuangan mahasiswa, melainkan berinteraksi dengan variabel kontekstual seperti budaya, norma sosial, serta struktur ekonomi lokal. Sejalan dengan temuan Mahfuzah dkk., (2022) yang menggarisbawahi perkembangan e-commerce dan digitalisasi telah mengubah perilaku konsumen muda menjadi lebih cepat, praktis, serta cenderung emosional dalam mengambil keputusan finansial.

Chen & Volpe (1998) mengemukakan, klasifikasi literasi keuangan mencakup tiga kategori, yakni rendah, menengah, dan tinggi. Kemudian Ricaldi, Martin, & Huston (2022) memperluas pembagian ini menjadi *less literate, sufficient literate,* dan *well literate*. Mahasiswa yang tergolong dalam kategori *well literate* atau literasi tinggi cenderung lebih cerdas dalam menggunakan *paylater* karena mereka sadar sepenuhnya tentang konsekuensi keuangan yang mungkin muncul, seperti risiko utang yang menumpuk atau efek akibat keterlambatan pembayaran. Di sisi lain, mahasiswa yang berada dalam kategori *less literate* sering kali lebih mudah terpengaruh oleh tawaran diskon, promosi, atau kemudahan bertransaksi yang diberikan oleh platform *e-commerce*, tanpa mempertimbangkan risiko keuangan yang mungkin dihadapi di masa depan. Secara umum ini menggambarkan

penitngnya peran tingkat literasi keuangan digital dalam menentukan kualitas keputusan mahasiswa saat memanfaatkan fasilitas keuangan digital modern seperti *paylater*.

Dengan demikian, literasi keuangan digital berfungsi sebagai penyaring penting yang menentukan kualitas pengambilan keputusan para mahasiswa. Hasil yang diperoleh menunjukkan kesesuaian dengan penelitian dari Nasution & Munir (2023) serta Rachmah (2023) keduanya mengungkapkan pengaruh literasi keuangan terhadap minat menunjukkan signifikansi penggunaan *paylater*.

Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Menggunakan Paylater

Berdasarkan hasil penelitian, gaya hidup memengaruhi keputusan mahasiswa dalam menggunakan *paylater*. Hasil analisis regresi memperlihatkan, variabel gaya hidup secara signifikan berdampak positif terhadap keputusan mahasiswa dalam penggunaan layanan *paylater*. Dengan demikian, Hipotesis penelitian ini bahwa terdapat pengaruh gaya hidup terhadap penggunaan *paylater* dapat diterima karena memenuhi ketentuan (nilai signifikansi <0,05) signifikansi sebesar 0,000 serta koefisien 0,763. Maksudnya, semakin tinggi kecenderungan mahasiswa untuk menghabiskan lebih banyak uang, semakin besar kemungkinan mereka menggunakan fasilitas pembayaran.

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian dari (Safitri Yulianti Dewi, 2025) serta *Theory of Planned Behavior* biasa disingkat TPB dikenalkan oleh Ajzen (1991) dapat menjelaskan fenomena ini menekankan sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol membentuk niat yang memengaruhi tingkah laku seseorang. Gaya hidup konsumtif mahasiswa dalam penelitian ini ditunjukkan oleh tiga faktor: adanya dorongan norma sosial untuk mengikuti tren, sikap positif terhadap perilaku belanja, dan keyakinan bahwa menggunakan *paylater* mudah. Gaya hidup mahasiswa dipengaruhi langsung oleh ketiga komponen ini, yang membentuk keinginan kuat mereka untuk mengonsumsi. Akibatnya, keputusan mereka untuk menggunakan layanan *paylater* dipengaruhi oleh gaya hidup mereka. Kecenderungan mahasiswa modern untuk mengikuti tren, memenuhi kebutuhan gaya konsumsi yang lebih besar daripada yang mereka bisa bayar, dan mencari cara yang lebih mudah untuk bertransaksi. Mahasiswa dapat melakukan pembelian meskipun mereka memiliki uang terbatas dengan *paylater*. Pada akhirnya, mahasiswa lebih suka menggunakan layanan *paylater* karena keadaan ini.

Setelah masa pandemi COVID-19, perilaku keuangan mahasiswa mengalami perubahan signifikan. Selama masa pembatasan sosial, transaksi digital meningkat pesat dan menumbuhkan kebiasaan baru dalam berbelanja daring. Pasca pandemi, kebiasaan ini berlanjut dan memperkuat pola konsumtif yang sudah terbentuk. *Paylater* kini tidak hanya dianggap sebagai alat bantu keuangan, tetapi juga bagian dari gaya hidup modern yang identik dengan kemudahan dan fleksibilitas. Selain itu, *peer influence* atau pengaruh teman sebaya turut memperkuat hubungan antara gaya hidup dan keputusan penggunaan *paylater*. Mahasiswa yang berada di lingkungan sosial dengan teman-teman yang aktif menggunakan *paylater* lebih cenderung meniru perilaku tersebut demi menjaga kesesuaian sosial. Fenomena ini selaras dengan *social comparison theory*, yang menjelaskan bahwa individu cenderung menyesuaikan perilaku keuangan mereka dengan kelompok referensi di sekitarnya. Dengan demikian, pengaruh sosial memiliki peran tidak langsung yang memperkuat efek gaya hidup terhadap keputusan finansial mahasiswa.

Namun, dalam konteks sosial pengaruh gaya hidup terhadap keputusan penggunaan *paylater* tidak selalu seragam. Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Yogyakarta (FEB UNY) umumnya mencerminkan perilaku finansial yang lebih terkendali karena berada di lingkungan akademik dengan paparan literasi keuangan yang tinggi. Sebaliknya, mahasiswa di Surakarta hidup dalam lingkungan sosial dengan norma kolektif dan budaya konsumsi komunitas yang kuat. Kecenderungan individu untuk beradaptasi dengan norma atau kebiasaan teman sebaya dan berpartisipasi dalam kegiatan sosial membuat mereka lebih mudah terdorong untuk menggunakan *paylater*, bahkan tanpa pertimbangan finansial

yang matang. Perbedaan ini menunjukkan bahwa pengaruh gaya hidup terhadap keputusan finansial mahasiswa dipengaruhi oleh faktor kontekstual, seperti budaya lokal, norma sosial, dan tingkat literasi finansial. Oleh karena itu, intervensi literasi keuangan dan pengendalian penggunaan *paylater* perlu disesuaikan dengan karakter sosial dan budaya di masing-masing daerah.

Selain itu, studi sebelumnya telah menemukan bahwa gaya hidup berkorelasi dengan perilaku konsumsi dan keputusan individu untuk menggunakan kredit atau cicilan digital. Dengan kata lain, pola hidup yang lebih konsumtif akan menyebabkan mahasiswa lebih cenderung menggunakan *paylater* sebagai cara untuk memenuhi kebutuhan mereka dan aktivitas sehari-hari.

Pengaruh Simultan Literasi Keuangan Digital dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Menggunakan Paylater

Hasil analisis menunjukkan literasi keuangan digital dan gaya hidup secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan *paylater* ($F = 71{,}341$, sig. 0,000) dengan $R^2 = 67{,}4\%$. Temuan ini mengonfirmasi *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) dimana perilaku dibentuk oleh sikap, norma subjektif, dan perceived behavioral control. Literasi keuangan digital ($\beta = 0{,}350$) berperan sebagai faktor kognitif, sementara gaya hidup ($\beta = 0{,}544$) menjadi faktor dominan yang mencerminkan orientasi konsumtif.

Chen dan Volpe (1998) menjelaskan individu dengan literasi tinggi memiliki kemampuan evaluasi risiko lebih baik, sehingga menggunakan *paylater* sebagai instrumen finansial yang dipahami konsekuensinya. Sementara Hirschman dan Holbrook (1982) menyatakan gaya hidup konsumtif menekankan aspek emosional penggunaan produk, yang mendorong adopsi *paylater* untuk memenuhi kebutuhan konsumsi melebihi kemampuan finansial. *Dual-process theory* menjelaskan tidak adanya multikolinearitas (VIF = 1,824) mengindikasikan kedua variabel memberikan kontribusi independen namun saling melengkapi sistem kognitif (literasi) dan sistem afektif (gaya hidup) beroperasi bersamaan. Prospect Theory (Kahneman & Tversky, 1979) mengonfirmasi keputusan keuangan dipengaruhi persepsi risiko dan keuntungan, dimana mahasiswa dengan literasi tinggi tetap menggunakan *paylater* karena menilai manfaat kemudahan lebih besar dibanding risiko. Hasil menegaskan perlunya pendekatan holistik dalam edukasi finansial yang mengintegrasikan faktor psikologis dan sosial untuk membentuk perilaku keuangan mahasiswa yang bijaksana.

Dari perspektif teoretis, temuan penelitian ini juga memperluas pemahaman terhadap *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (1991). Dalam konteks penelitian ini, literasi keuangan digital berperan sebagai bentuk *perceived behavioral control*, yaitu persepsi individu terhadap kemampuannya mengelola perilaku finansial secara efektif. Mahasiswa dengan tingkat literasi keuangan digital tinggi memiliki kemampuan untuk menilai risiko dan manfaat *paylater* secara lebih objektif, sehingga kontrol perilaku yang dirasakan meningkat dan keputusan finansial menjadi lebih rasional. Interaksi antara literasi keuangan digital dan *perceived behavioral control* memperkuat niat berperilaku bijak secara finansial. Dengan kata lain, semakin tinggi literasi digital seseorang, semakin besar pula kemampuannya mengendalikan niat dan perilaku konsumtif yang berpotensi merugikan.

Kontribusi teoretis dari penelitian terdapat pada kolaborasi antara faktor kognitif (literasi keuangan digital) serta faktor sosial-emosional (gaya hidup serta pengaruh teman sebaya) dalam menjelaskan perilaku keuangan mahasiswa di era pasca pandemi. Pendekatan ini menunjukkan bahwa perilaku keuangan tidak hanya ditentukan oleh pengetahuan atau sikap rasional semata, tetapi juga oleh konteks sosial yang membentuk norma dan persepsi individu terhadap penggunaan layanan keuangan digital seperti *paylater*. Oleh karena itu, hasil studi ini dapat menjadi dasar bagi pengembangan model perilaku keuangan generasi muda yang lebih komprehensif dan relevan dengan dinamika ekonomi digital masa kini.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini menganalisis pengaruh literasi keuangan digital dan gaya hidup terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan layanan *paylater*. Secara umum studi ini membuktikan literasi keuangan digital memberikan pengaruh positif pada keputusan mahasiswa secara signifikan. Mahasiswa dengan taraf kemampuan literasi keuangan digital yang tinggi bertindak lebih rasional, berhati-hati, serta mampu mempertimbangkan risiko dan manfaat sebelum menggunakan layanan *paylater*. Sebaliknya, mahasiswa dengan literasi rendah lebih mudah terpengaruh oleh promosi, potongan harga, dan dorongan konsumtif tanpa mempertimbangkan kemampuan finansial.

Selain itu, gaya hidup berdampak secara dominan dalam mempengaruhi keputusan penggunaan *paylater*. Kecenderungan mengikuti tren, tekanan norma sosial, serta perilaku konsumtif mendorong mahasiswa untuk lebih sering memanfaatkan *paylater*, meskipun kondisi keuangan terbatas. Temuan ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior*, bahwa niat serta perilaku aktual seseorang dapat dipengaruhi oleh adanya sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku seseorang. Hasil ini juga memperkuat *Prospect Theory* dan teori perilaku konsumen yang menegaskan bahwa keputusan keuangan tidak semata-mata bersifat rasional, melainkan juga dipengaruhi oleh persepsi risiko, manfaat, dan faktor emosional.

Secara simultan, kedua variabel tersebut memberikan dampak yang besar dalam mempengaruhi keputusan mahasiswa menggunakan *paylater*. Nilai *Adjusted* R^2 sebesar 67,4%, ini berarti literasi keuangan digital dan gaya hidup secara bersama-sama menjelaskan sebagian besar variasi keputusan mahasiswa, sementara 32,6% sisanya dipengaruhi faktor lain seperti pengaruh teman sebaya, kontrol diri, kondisi ekonomi keluarga, dan religiusitas. Hal ini menegaskan bahwa perilaku mahasiswa terbentuk dari perpaduan aspek kognitif (pemahaman keuangan) dan afektif (pola hidup).

Implikasi Kebijakan

Temuan penelitian ini memiliki implikasi bagi dunia pendidikan, lembaga keuangan, dan penyedia layanan *paylater*. Institusi pendidikan perlu mengintegrasikan literasi keuangan digital dalam kurikulum melalui kegiatan pembelajaran kontekstual dan interaktif agar mahasiswa mampu mengelola keuangan secara bijak.Penyedia layanan *paylater* diharapkan meningkatkan transparansi informasi terkait bunga, biaya tersembunyi, serta risiko penggunaan agar konsumen dapat membuat keputusan yang lebih rasional. Pemerintah dan otoritas keuangan, seperti OJK dan Bank Indonesia, dapat memperkuat regulasi perlindungan konsumen digital melalui kebijakan edukatif dan pengawasan perilaku bisnis berbasis teknologi finansial.

Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini masih perlu menjadi perhatian. Salah satunya adalah mengenai jumlah responden yang hanya terbatas pada mahasiswa S1 FEB UNY sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasi untuk populasi mahasiswa di Indonesia secara keseluruhan. Kedua, variabel penelitian hanya mencakup literasi keuangan digital dan gaya hidup, sehingga faktor lain yang mungkin turut memengaruhi keputusan penggunaan *paylater* belum dianalisis secara mendalam. Ketiga, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan kuesioner tertutup, sehingga belum menggali secara mendalam aspek perilaku dan motivasi individu dari perspektif kualitatif.

Saran Penelitian Lanjutan

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar (1) menambah variabel lain, seperti kontrol diri, lingkungan sosial, religiusitas, dan tekanan finansial guna memperkaya model analisis perilaku penggunaan *paylater*; (2) memperluas sampel pada berbagai perguruan tinggi atau wilayah berbeda agar hasil penelitian lebih representatif; (3) menggunakan pendekatan campuran

(mixed methods) dengan wawancara mendalam untuk memahami motivasi, persepsi risiko, dan pengalaman pengguna secara lebih komprehensif.

BIBLIOGRAPHY

A, D. I. S. L. P., & Hwihanus, H. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan pada Mahasiswa Akuntansi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahan*, *2*(4), 254–264. https://doi.org/10.58192/wawasan.v2i4.2621

Aji, R. (2023). *Marak Anak Muda Terlilit Utang Pinjol, Data Terbaru Ngeri*. CNBC Indonesia. https://www.cnbcindonesia.com/market/20230909140936-17-470970/marak-anak-muda-terlilit-utang-pinjol-data-terbaru-ngeri

Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50(2), 179–211. https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-

Bila, S. M., & Marlena, N. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme dan Perilaku Konsumtif Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Shopee Paylater. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, *12*(2), 215–222.

Choerudin, A., Zulfachry, Widyaswati, R., Warpindyastuti, L. D., Khasanah, J. S. N., Harto, B., Oktaviani, N. F., Sohilauw, M. I., Nugroho, L., Suharsono, J., & Paramita, V. S. (t.t.). *Literasi keuangan*. PT Global Eksekutif Teknologi. (Original work published 2023)

Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). *An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students.* 7(2), 107–128.

Dewi, S. Y., & Raskadi. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hisup Hedonis Terhadap Intensitas Penggunaan Shopee Paylater pada Mahasiswa Penerima KIP-K Di Internasional Women University (IWU) Kota Bandung. *Jurnal Pustaka Nusantara Multidisiplin, 3*(2), 1-12.https://doi.org/10.59945/jpnm.v3i2.544

Dzattadini, A., Nurpadilah, M. A., Angraeni, R., Aulyadisha, Vyanara, Mauldya, R. D. E., & Razak, Rama Wijaya Abdul. (2024). Dampak Penggunaan Aplikasi Paylater Terhadap Gaya Hidup Masyarakat. *Akuntansi Pajak dan Kebijakan Ekonomi Digital*, *1*(2), 51–60. https://doi.org/10.61132/apke.v1i2.75

Hardhika, R. E. B., & Huda, A. M. (2021). Pengalaman Pengguna Paylater Mahasiswa Di Surabaya. *Commercium*, *4*(2), 19–32. https://doi.org/10.26740/tc.v4i2.41291

Hirschman, E. C., & Holbrook, M. B. (1982). Hedonic Consumption: Emerging Concepts, Methods. *Journal of Marketing*, *46*(3). http://www.jstor.org/stable/1251707

James F. Engel, Roger D. Blackwell, & Paul W. Miniard. (1995). *Consumer Behavior* (8th ed.). Dryden Press

Kahneman, D., & Amos Tversky. (2013). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Handbook of the Fundamentals of Financial Decision Making: Part I*

Lorenza, D., Permatasari, P., Studi, P., Pembangunan, E., Ekonomi, F., Bisnis, D., Lambung, U., & Banjarmasin, M. (2023). Dampak Digitalisasi Ekonomi terhadap Pendapatan dan Laba UMKM Sasirangan di Kota Banjarmasin pada Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Pembangunan,* *6*(1), 233–245. https://jiep.ulm.ac.id/index.php/jiep/article/view/2441

Mahfuzah, S., Chandriyanti, I., Studi, P., & Pembangunan, E. (2022). Perkembangan Transaksi E-Commerce Berdasarkan pada Metode Pembayaran, Kategori Produk dan Kelompok Usia di Kalimantan Selatan. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Pembangunan*, *5*(1), 293–309. https://jiep.ulm.ac.id/index.php/jiep/article/view/2476

Mariska, R. Y., Prastyowati, A. H., & Sholihin, M. R. (2024). Pengaruh Literasi Ekonomi, Layanan Dompet Digital, Layanan Paylater, Dan Mental Accounting Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi Di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Keuangan*, *5*(2), 103–120.

https://doi.org/https://doi.org/10.31967/jakuma.v5i2.1297

Martin Fishbein, & Icek Ajzen. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Addison-Wesley Publishing Company

Nasution, N. H., & Munir, M. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Paylater dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi. *Al-Buhuts*, *19*(1), 106-121. https://doi.org/10.30603/ab.v19i1.3493

Otoritas Jasa Keuangan. (2025). *Siaran Pers Bersama: Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Masyarakat Meningkat, OJK dan BPS Umumkan Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (Snlik) tahun 2025*. Otoritas Jasa Keuangan. https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/OJK-dan-BPS-Umumkan-Hasil-Survei-Nasional-Literasi-Dan-Inklusi-Keuangan-SNLIK-Tahun-2025.asp

Plummer, J. T. (1974). The Concept and Application of Life Style Segmentation. *Journal of Marketing, 38*(1), 33. https://doi.org/10.2307/125016

Pratiwi, D. M., & Ni'am, Z. B. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan

Penggunaan Shopee Paylater terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa. *Economics and Digital Business Review, 4*(2), 352-363.

Putri, S. I. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi pada Mahasiswa Yogyakarta Pengguna Paylater) [S1, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta]*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Rachmah, D., & Aufa, M. (2023). Pengaruh Pemahaman Literasi Keuangan, Manfaat, Dan Kualitas Layanan Bagi Mahasiswa Akuntansi Terhadap Minat Menggunakan Paylater. *Riset Ilmu manajemen Bisnis dan Akuntansi, 1(*4), 283-301. https://doi.org/10.61132/rimba.v1i4.314

Rahmawati, G., & Mirati, E. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap

Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater pada Generasi Millenial. *Prosiding SNAM PNJ*.

Restike, K. P., Prasasti, D., Fitriani, D. I., & Monika, K. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Pembelian Impulsif, Dan Gaya Hidup Terhadap. *JAB Jurnal Akuntansi Bisnis, 22*(1), 100-113. https://doi.org/10.24167/jab.v22i1.11609

Ricaldi, L. C., Martin, T. K., & Huston, S. J. (2022*). Financial Literacy and its Impact on the Credit Card Debt Puzzle*

Rina Apriliani, S. Pd., S. E. M. M. (2024). *Literasi Keuangan Berbasis Teknologi Digital*. CV. Literasi Nusantara Abadi

Rum, N. N., & Paramitalaksmi, R. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Pada Minat Penggunaan Shopee Paylater (SPaylater) (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Mercu Buana Yogyakarta Angkatan 20). *Jurnal Riset Ekonomi, , 3*(6), 1019–1026. https://doi.org/10.53625/juremi.v3i6.7898

W, M., Kurniawan, R. M., & O, N. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Kredit Berisiko yang Dimediasi oleh Efikasi Diri pada Mahasiswa di Kota Surakarta. *Jurnal Manajemen dan Bisnis, 8*(1), 57-68. https://doi.org/10.23917/benefit.v8i1.2056

Zein, A. Z., & Sartika, F. (2025). Financial Literacy, Consumptive Behavior, and Lifestyle on the use of Shopee Paylater with the Moderating Role of Financial Behavior. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics, 8*(2), 5910-5927. https://doi.org/10.31538/iijse.v8i2.6017