PENGARUH GAYA HIDUP, LITERASI KEUANGAN, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN PAYLATER, DAN PERILAKU KEUANGAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN PAYLATER PADA MAHASISWA GENERASI Z PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI DI PURWOKERTO

Yuliana Dewi Fajarwati[1*], Esti Saraswati[2], Giovanny Bangun Kristianto[3]

[1,2,3]*Universitas Harapan Bangsa*
E-mail : ydewi2769@gmail.com[1], estisaraswati@uhb.ac.id[2], giovanny@uhb.ac.id[3]

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of lifestyle, financial literacy, perceived ease of use, and financial behavior on the decision to use PayLater among Generation Z students of the Accounting Study Program in Purwokerto. This research employed a quantitative approach with a cross-sectional design. The sample consisted of 338 Generation Z students who had used or were currently using PayLater, selected through purposive sampling. Data were collected using questionnaires and analyzed using multiple linear regression, t-test, F-test, and coefficient of determination. The results show that lifestyle, financial literacy, perceived ease of use, and financial behavior each have a positive and significant effect on the decision to use PayLater. Simultaneously, the four variables also have a significant effect on the decision to use PayLater. The Adjusted R Square value of 0.603 indicates that 60.3% of the variation in PayLater usage decisions can be explained by the variables in the model, while the remaining 39.7% is explained by other factors outside the study. These findings highlight the importance of selective and financially responsible PayLater use.

Keywords : *Lifestyle, Financial Literacy, Perceived Ease Of Use, Financial Behavior, PayLater*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup, literasi keuangan, persepsi kemudahan penggunaan, dan perilaku keuangan terhadap keputusan menggunakan *PayLater* pada mahasiswa Generasi Z Program Studi S1 Akuntansi di Purwokerto. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain *cross-sectional*. Sampel penelitian terdiri atas 338 mahasiswa Generasi Z yang pernah atau sedang menggunakan *PayLater* dan dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda, uji *t*, uji *F*, serta koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup, literasi keuangan, persepsi kemudahan penggunaan, dan perilaku keuangan masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan *PayLater*. Secara simultan, keempat variabel juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *PayLater*. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,603 menunjukkan bahwa 60,3% variasi keputusan penggunaan *PayLater* dapat dijelaskan oleh variabel dalam model, sedangkan 39,7% dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian. Temuan ini menunjukkan pentingnya pertimbangan yang selektif dan sesuai kemampuan finansial dalam penggunaan *PayLater*.

Kata Kunci : *Gaya Hidup, Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Perilaku Keuangan, PayLater*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan pada sektor keuangan melalui hadirnya *financial technology* (fintech) yang membuat transaksi menjadi lebih cepat, praktis, dan efisien (Hidayanti et al., 2023; Wahyudinningsih & Sitepu, 2026). Salah satu inovasi yang berkembang pesat adalah layanan *Buy Now Pay Later* (PayLater), yaitu fasilitas yang memungkinkan konsumen memperoleh barang atau jasa terlebih dahulu dan melakukan pembayaran pada waktu yang telah ditentukan (Prastiwi & Fitria, 2021). Kemudahan dan fleksibilitas pembayaran menjadikan PayLater semakin banyak digunakan, terutama karena terintegrasi dengan *e-commerce* dan berbagai aplikasi digital (Pratika et al., 2021; Dwijayanti et al., 2022).

Penggunaan PayLater di Indonesia menunjukkan peningkatan yang signifikan. Data Otoritas Jasa Keuangan menunjukkan jumlah kontrak pembiayaan PayLater meningkat dari 4,63 juta pada 2019 menjadi 79,92 juta pada 2023, dengan rata-rata peningkatan penggunaan sebesar 144,35% per tahun (Sitepu & Fadila, 2024). Penggunanya didominasi kelompok usia muda, khususnya Generasi Z dan milenial. Kelompok usia 18–35 tahun menjadi pengguna terbesar karena memiliki tingkat adopsi teknologi yang tinggi dan aktivitas transaksi digital yang kuat (Mariyani & Risanta, 2025). Kondisi tersebut menjadikan mahasiswa sebagai kelompok yang menarik untuk dikaji, khususnya mahasiswa Generasi Z yang sedang berada pada tahap menuju kemandirian finansial tetapi umumnya masih memiliki keterbatasan pendapatan.

Penelitian ini berfokus pada mahasiswa Generasi Z Program Studi S1 Akuntansi di Purwokerto. Mahasiswa pada kelompok ini memiliki intensitas penggunaan internet, *e-commerce*, dan layanan keuangan digital yang tinggi. Di sisi lain, mahasiswa Program Studi Akuntansi memperoleh pengetahuan mengenai akuntansi dan pengelolaan keuangan, sehingga menarik untuk dikaji apakah pengetahuan tersebut turut berkaitan dengan keputusan mereka dalam menggunakan PayLater. Prasurvei awal terhadap 30 mahasiswa Generasi Z di Purwokerto menunjukkan bahwa seluruh responden (100%) pernah menggunakan PayLater. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa PayLater telah menjadi bagian dari aktivitas transaksi mahasiswa dan relevan untuk diteliti lebih lanjut.

Keputusan menggunakan PayLater dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang berasal dari karakteristik individu maupun persepsi terhadap teknologi. Salah satu faktor tersebut adalah gaya hidup. Gaya hidup menggambarkan pola individu dalam menggunakan uang dan mengalokasikan waktu dalam kehidupan sehari-hari (Suyanto & Sada, 2022). Gaya hidup konsumtif dan modern, termasuk pengaruh media sosial serta fenomena *fear of missing out* (FOMO), dapat mendorong individu melakukan pembelian secara impulsif (Harahap et al., 2023). Namun, Zaki et al. (2024) menemukan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan PayLater karena individu dengan gaya hidup digital cenderung lebih mudah menerima inovasi keuangan. Perbedaan temuan tersebut menunjukkan adanya ketidakkonsistenan hasil penelitian mengenai pengaruh gaya hidup.

Faktor berikutnya adalah literasi keuangan, yaitu kemampuan individu dalam memahami dan mengelola informasi keuangan untuk menghasilkan keputusan yang tepat (Abdullah et al., 2023). Hidayanti et al. (2023) menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan PayLater karena pemahaman keuangan membantu individu menilai manfaat dan risiko secara rasional. Sebaliknya, Prazadhea & Fitriyah (2023) menemukan pengaruh negatif, karena individu dengan literasi keuangan yang lebih baik cenderung

berhati-hati dalam menggunakan utang. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa hubungan literasi keuangan dengan keputusan menggunakan PayLater masih perlu dikaji lebih lanjut.

Selain faktor perilaku dan kognitif, persepsi kemudahan penggunaan juga menjadi aspek penting dalam penggunaan PayLater. Persepsi kemudahan penggunaan merupakan keyakinan pengguna bahwa suatu layanan mudah dipahami, dipelajari, diakses, dan dioperasikan tanpa usaha yang besar. Kemudahan dalam proses pendaftaran, verifikasi, dan transaksi dapat meningkatkan ketertarikan mahasiswa untuk menggunakan PayLater (Adiprasetyo & Surjandy, 2024). Habiballah & Rustam (2025) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan PayLater. Artinya, semakin mudah layanan dipersepsikan oleh pengguna, semakin besar kecenderungan untuk menggunakannya.

Faktor lainnya adalah perilaku keuangan, yaitu kemampuan individu dalam mengelola pendapatan, pengeluaran, dan pengambilan keputusan keuangan (Hasani et al., 2025). Hasani et al. (2025) menemukan bahwa perilaku keuangan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan menggunakan PayLater. Sebaliknya, Purwasih et al. (2025) menunjukkan bahwa perilaku keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan PayLater. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa pengaruh perilaku keuangan terhadap keputusan menggunakan PayLater juga belum konsisten.

Berdasarkan penelitian terdahulu, masih terdapat *research gap* berupa ketidakkonsistenan hasil mengenai pengaruh gaya hidup, literasi keuangan, persepsi kemudahan penggunaan PayLater, dan perilaku keuangan terhadap keputusan menggunakan PayLater. Di sisi lain, mahasiswa Akuntansi memiliki karakteristik yang menarik karena memperoleh paparan pengetahuan mengenai pencatatan, pengelolaan, dan pengambilan keputusan keuangan, tetapi pada saat yang sama tetap menjadi pengguna layanan *Buy Now Pay Later*. Kondisi tersebut menimbulkan pertanyaan apakah pengetahuan dan kemampuan keuangan yang diperoleh dalam pendidikan formal berkaitan dengan keputusan penggunaan PayLater ketika berhadapan dengan gaya hidup digital dan kemudahan teknologi. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya menempatkan perbedaan lokasi dan objek sebagai pembeda penelitian, tetapi mengintegrasikan faktor gaya hidup, literasi keuangan, persepsi kemudahan penggunaan, dan perilaku keuangan untuk melihat keputusan penggunaan PayLater secara lebih menyeluruh pada mahasiswa Akuntansi Generasi Z.

Secara teoritis, penelitian ini menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dan *Technology Acceptance Model* (TAM) sebagai landasan untuk menjelaskan keputusan penggunaan PayLater. TPB menjelaskan bahwa perilaku individu berkaitan dengan sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan *perceived behavioral control* yang membentuk kecenderungan seseorang dalam melakukan suatu perilaku. Dalam penelitian ini, gaya hidup dan literasi keuangan berkaitan dengan bagaimana mahasiswa membentuk penilaian terhadap penggunaan PayLater, sedangkan perilaku keuangan berkaitan dengan kemampuan mahasiswa dalam mengendalikan dan mengelola keputusan keuangan. Dengan demikian, TPB digunakan untuk menjelaskan aspek perilaku dan pertimbangan individu dalam keputusan penggunaan PayLater.

Sementara itu, TAM yang dikembangkan oleh Venkatesh et al. (2003) menjelaskan penerimaan teknologi melalui persepsi pengguna terhadap karakteristik teknologi, salah satunya *perceived ease of use*. Persepsi kemudahan penggunaan menggambarkan keyakinan bahwa suatu teknologi dapat digunakan tanpa membutuhkan usaha yang besar. Dalam konteks PayLater, kemudahan memahami fitur, melakukan akses, dan menyelesaikan transaksi dapat membentuk penilaian pengguna terhadap layanan tersebut. Penggunaan kedua teori tersebut memberikan

landasan bahwa keputusan menggunakan PayLater tidak hanya berkaitan dengan karakteristik keuangan pengguna, tetapi juga dengan karakteristik gaya hidup dan penerimaan terhadap teknologi.

Berdasarkan uraian tersebut, gaya hidup yang semakin dekat dengan tren dan aktivitas digital diperkirakan dapat meningkatkan kecenderungan mahasiswa dalam memilih PayLater. Literasi keuangan yang baik juga dapat membentuk pertimbangan yang lebih terinformasi mengenai manfaat, biaya, dan risiko PayLater. Selanjutnya, persepsi kemudahan penggunaan dapat meningkatkan penerimaan mahasiswa terhadap layanan tersebut, sedangkan perilaku keuangan dapat memengaruhi bagaimana mahasiswa mempertimbangkan kemampuan dan kewajiban pembayaran. Integrasi keempat faktor tersebut penting untuk memahami keputusan penggunaan PayLater pada mahasiswa Akuntansi Generasi Z yang berada pada persimpangan antara perkembangan teknologi digital dan tuntutan pengelolaan keuangan pribadi.

Berdasarkan kerangka pemikiran dan landasan teori yang telah diuraikan, gaya hidup diduga berpengaruh terhadap keputusan menggunakan PayLater karena karakteristik gaya hidup mahasiswa yang mengikuti tren dan aktivitas digital dapat memengaruhi pilihan metode pembayaran. Literasi keuangan juga diduga berpengaruh terhadap keputusan menggunakan PayLater karena pemahaman mengenai manfaat, biaya, risiko, dan kemampuan finansial dapat memengaruhi pertimbangan mahasiswa dalam mengambil keputusan. Selanjutnya, persepsi kemudahan penggunaan diduga berpengaruh terhadap keputusan menggunakan PayLater karena layanan yang mudah dipahami, diakses, dan digunakan dapat meningkatkan penerimaan pengguna. Perilaku keuangan juga diduga berpengaruh terhadap keputusan menggunakan PayLater karena kemampuan mengelola pengeluaran dan kewajiban keuangan dapat berkaitan dengan pertimbangan mahasiswa sebelum menggunakan layanan tersebut. Secara bersama-sama, gaya hidup, literasi keuangan, persepsi kemudahan penggunaan PayLater, dan perilaku keuangan diduga berpengaruh terhadap keputusan menggunakan PayLater pada mahasiswa Generasi Z Program Studi S1 Akuntansi di Purwokerto. Dengan demikian, hipotesis penelitian ini adalah H1 gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan menggunakan PayLater, H2 literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan PayLater, H3 persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan PayLater, H4 perilaku keuangan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan PayLater, dan H5 gaya hidup, literasi keuangan, persepsi kemudahan penggunaan PayLater, dan perilaku keuangan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan PayLater.

Pemilihan Purwokerto sebagai lokasi penelitian didasarkan pada karakteristiknya sebagai salah satu kota pendidikan dengan berbagai perguruan tinggi yang memiliki Program Studi S1 Akuntansi. Tingginya aktivitas mahasiswa dan penggunaan teknologi digital menjadikan Purwokerto relevan untuk mengkaji penggunaan layanan keuangan digital. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup, literasi keuangan, persepsi kemudahan penggunaan PayLater, dan perilaku keuangan, baik secara parsial maupun simultan, terhadap keputusan menggunakan PayLater pada mahasiswa Generasi Z Program Studi S1 Akuntansi di Purwokerto.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian *explanatory research* untuk menganalisis pengaruh gaya hidup, literasi keuangan, persepsi kemudahan

penggunaan PayLater, dan perilaku keuangan terhadap tingkat keputusan penggunaan PayLater pada mahasiswa Generasi Z Program Studi S1 Akuntansi di Purwokerto. Pengumpulan data dilakukan melalui survei menggunakan kuesioner daring yang disebarkan melalui Google Forms. Data dikumpulkan secara *cross-sectional*, yaitu pada satu periode pengamatan tertentu (Wang & Cheng, 2020). Pengumpulan data dilaksanakan pada Mei hingga awal Juli 2026 di Purwokerto, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah.

Populasi administratif penelitian mencakup mahasiswa Program Studi S1 Akuntansi pada lima perguruan tinggi di Purwokerto, yaitu Universitas Jenderal Soedirman, Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Universitas Harapan Bangsa, Universitas Nahdlatul Ulama, dan Universitas Wijayakusuma. Berdasarkan data PDDIKTI tahun 2026, jumlah mahasiswa S1 Akuntansi pada kelima perguruan tinggi tersebut sebanyak 1.966 mahasiswa. Jumlah tersebut digunakan sebagai gambaran populasi administratif dan bukan sebagai populasi target yang secara langsung menjadi dasar representativitas sampel, karena data tersebut tidak mengelompokkan mahasiswa berdasarkan usia maupun pengalaman penggunaan PayLater. Populasi target penelitian adalah mahasiswa aktif Program Studi S1 Akuntansi di Purwokerto yang berusia 18–27 tahun dan memiliki pengalaman menggunakan PayLater. Pemilihan responden dilakukan menggunakan *purposive sampling* yang merupakan bagian dari *non-probability sampling* . Kriteria responden meliputi mahasiswa aktif Program Studi S1 Akuntansi pada perguruan tinggi di Purwokerto, berusia 18–27 tahun, serta pernah atau sedang menggunakan PayLater. Penelitian memperoleh 338 responden yang memenuhi seluruh kriteria tersebut dan seluruhnya digunakan sebagai sampel penelitian. Jumlah sampel aktual tersebut digunakan sebagai dasar analisis tanpa mengklaim representasi probabilistik terhadap seluruh mahasiswa S1 Akuntansi di Purwokerto.

Variabel independen dalam penelitian ini terdiri atas gaya hidup (X1), literasi keuangan (X2), persepsi kemudahan penggunaan PayLater (X3), dan perilaku keuangan (X4), sedangkan variabel dependen adalah keputusan penggunaan PayLater (Y). Persepsi kemudahan penggunaan PayLater diukur berdasarkan kemudahan memahami, kepraktisan, kemudahan penggunaan, dan kemudahan akses yang diadaptasi dari konsep kemudahan penggunaan dalam penerimaan teknologi menurut Venkatesh et al. (2003). Perilaku keuangan diukur melalui pengendalian pengeluaran, pembayaran kewajiban tepat waktu, penggunaan kredit sesuai kemampuan, dan penentuan prioritas kebutuhan menurut Perry & Morris (2005). Dalam penelitian ini, keputusan penggunaan PayLater dimaknai sebagai tingkat kemantapan dan kecenderungan penggunaan PayLater pada mahasiswa yang telah memiliki pengalaman menggunakan layanan tersebut, sehingga penelitian tidak dimaksudkan untuk menjelaskan keputusan adopsi antara pengguna dan nonpengguna.

Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dengan skala Likert lima poin, mulai dari 1 = sangat tidak setuju hingga 5 = sangat setuju. Sebelum digunakan pada sampel penelitian utama, instrumen terlebih dahulu diuji melalui *pilot test* terhadap 30 responden yang memiliki karakteristik sesuai dengan kriteria penelitian. Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi Pearson *Product Moment* dengan kriteria nilai r-hitung > r-tabel dan signifikansi < 0,05. Hasil *pilot test* menunjukkan bahwa seluruh 25 item pernyataan valid dengan r-hitung lebih besar dari 0,361 dan nilai signifikansi < 0,001. Uji reliabilitas pada tahap *pilot test* dilakukan menggunakan Cronbach's Alpha dengan batas 0,60. Hasilnya menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,874 untuk gaya hidup, 0,871 untuk literasi keuangan, 0,845 untuk persepsi kemudahan penggunaan PayLater, 0,884 untuk perilaku keuangan, dan 0,898 untuk keputusan penggunaan

PayLater. Nilai tersebut merupakan hasil pengujian awal instrumen dan dibedakan dari pengujian reliabilitas pada sampel penelitian utama yang dilakukan terhadap 338 responden.

Data penelitian dianalisis menggunakan IBM SPSS versi 27. Analisis meliputi statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, serta uji hipotesis. Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov, uji multikolinearitas menggunakan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF), serta uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh gaya hidup, literasi keuangan, persepsi kemudahan penggunaan PayLater, dan perilaku keuangan terhadap tingkat keputusan penggunaan PayLater pada responden yang telah memiliki pengalaman menggunakan layanan tersebut. Persamaan regresi yang digunakan adalah:

$$\mathbf{Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e}$$

Keterangan: Y = keputusan penggunaan PayLater; α = konstanta; β_1–β_4 = koefisien regresi; X_1 = gaya hidup; X_2 = literasi keuangan; X_3 = persepsi kemudahan penggunaan PayLater; X_4 = perilaku keuangan; dan e = *error*. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial dan uji F untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap keputusan penggunaan PayLater. Pengambilan keputusan dilakukan pada tingkat signifikansi 5% (0,05). Selanjutnya, koefisien determinasi menggunakan *Adjusted R Square* digunakan untuk mengetahui kemampuan gaya hidup, literasi keuangan, persepsi kemudahan penggunaan PayLater, dan perilaku keuangan dalam menjelaskan variasi keputusan penggunaan PayLater.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum dan Karakteristik Responden

Penelitian ini menganalisis pengaruh Gaya Hidup (X1), Literasi Keuangan (X2), Persepsi Kemudahan Penggunaan PayLater (X3), dan Perilaku Keuangan (X4) terhadap tingkat Keputusan Penggunaan PayLater (Y) pada mahasiswa Generasi Z Program Studi S1 Akuntansi di Purwokerto. Penelitian melibatkan mahasiswa aktif dari lima perguruan tinggi, yaitu Universitas Jenderal Soedirman, Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Universitas Harapan Bangsa, Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto, dan Universitas Wijayakusuma Purwokerto. Responden yang dianalisis berjumlah 338 mahasiswa dengan kriteria berusia 18–27 tahun dan pernah atau sedang menggunakan PayLater. Instrumen penelitian terdiri atas 25 item pernyataan yang masing-masing variabel diukur melalui lima item. Pengumpulan data dilakukan secara daring menggunakan Google Forms pada Mei hingga awal Juli 2026, dengan proses *screening* untuk memastikan kesesuaian responden dengan kriteria penelitian.

Pengambilan responden dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*. Dari 338 kuesioner yang terkumpul, seluruhnya memenuhi kriteria penelitian dan dapat digunakan dalam analisis. Dengan demikian, jumlah 338 responden merupakan sampel aktual penelitian dan tidak dimaksudkan sebagai hasil generalisasi probabilistik terhadap seluruh mahasiswa S1 Akuntansi di Purwokerto. Pemeriksaan data menunjukkan bahwa seluruh kuesioner memiliki kelengkapan jawaban dan tidak ditemukan data duplikat maupun pola jawaban yang tidak wajar.

Berdasarkan karakteristik usia, responden paling banyak berada pada kelompok usia 18–20 tahun, yaitu 155 orang (45,9%), diikuti kelompok usia 21–23 tahun sebanyak 135 orang (39,9%) dan usia 24–27 tahun sebanyak 48 orang (14,2%). Berdasarkan jenis kelamin, responden

perempuan berjumlah 199 orang (58,9%), sedangkan laki-laki sebanyak 139 orang (41,1%). Berdasarkan asal perguruan tinggi, responden terbanyak berasal dari Universitas Jenderal Soedirman sebanyak 150 orang (44,4%), Universitas Muhammadiyah Purwokerto sebanyak 112 orang (33,1%), Universitas Wijayakusuma Purwokerto sebanyak 28 orang (8,3%), Universitas Harapan Bangsa sebanyak 26 orang (7,7%), dan Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto sebanyak 22 orang (6,5%).

Berdasarkan uang saku atau penghasilan per bulan, sebagian besar responden berada pada rentang Rp1.000.000–Rp2.000.000 sebanyak 149 orang (44,1%), diikuti responden dengan uang saku atau penghasilan kurang dari Rp1.000.000 sebanyak 126 orang (37,3%), dan lebih dari Rp2.000.000 sebanyak 63 orang (18,6%). Berdasarkan layanan PayLater yang digunakan, Shopee PayLater merupakan layanan yang paling banyak digunakan, yaitu oleh 126 responden (37,3%), kemudian TikTok Shop PayLater sebanyak 106 responden (31,4%), GoPayLater sebanyak 62 responden (18,3%), dan Traveloka PayLater sebanyak 44 responden (13,0%). Berdasarkan lama penggunaan, sebanyak 169 responden (50,0%) telah menggunakan PayLater lebih dari satu tahun, 95 responden (28,1%) selama 6 bulan–1 tahun, dan 74 responden (21,9%) kurang dari enam bulan. Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa responden penelitian tidak hanya memiliki pengalaman menggunakan PayLater, tetapi sebagian besar juga telah menggunakan layanan tersebut dalam periode lebih dari satu tahun.

Analisis Data

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai distribusi jawaban responden pada setiap variabel penelitian melalui nilai minimum, maksimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi. Analisis dilakukan terhadap 338 responden yang telah memenuhi kriteria penelitian. Hasil statistik deskriptif disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Gaya Hidup	338	5,00	25,00	19,88	4,008
Literasi Keuangan	338	5,00	25,00	19,73	4,111
Persepsi Kemudahan Penggunaan PayLater	338	6,00	25,00	19,80	3,891
Perilaku Keuangan	338	5,00	25,00	19,91	4,026
Keputusan Penggunaan PayLater	338	12,00	25,00	20,43	2,516
Valid N (listwise)	338				

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS, 2026

Berdasarkan Tabel 1, variabel Keputusan Penggunaan PayLater memiliki nilai rata-rata paling tinggi sebesar 20,43 dengan standar deviasi 2,516. Sementara itu, Literasi Keuangan memiliki nilai rata-rata paling rendah sebesar 19,73 dengan standar deviasi 4,111. Gaya Hidup memiliki nilai rata-rata sebesar 19,88, Persepsi Kemudahan Penggunaan PayLater sebesar 19,80, dan Perilaku Keuangan sebesar 19,91. Nilai standar deviasi menunjukkan adanya variasi jawaban antarresponden, dengan variasi terbesar terdapat pada Literasi Keuangan dan variasi terkecil pada Keputusan Penggunaan PayLater. Hasil tersebut menggambarkan kecenderungan jawaban responden pada masing-masing konstruk sebelum dilakukan pengujian lebih lanjut melalui analisis regresi dan pengujian hipotesis.

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan setiap item pernyataan dalam mengukur konstruk penelitian. Pengujian dilakukan terhadap 338 responden dengan membandingkan nilai *r hitung* dengan *r tabel* pada taraf signifikansi 5% dan df = 336, yaitu sebesar 0,1067. Item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai *r hitung* lebih besar daripada *r tabel* (Arsi, 2021). Hasil pengujian validitas seluruh variabel penelitian disajikan secara ringkas pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Seluruh Variabel

Variabel	Jumlah Item	R Hitung Minimum	R Hitung Maksimum	R Tabel	Status
Gaya Hidup (X1)	5	0,798	0,830	0,1067	Valid
Literasi Keuangan (X2)	5	0,804	0,852	0,1067	Valid
Persepsi Kemudahan Penggunaan PayLater (X3)	5	0,793	0,822	0,1067	Valid
Perilaku Keuangan (X4)	5	0,814	0,836	0,1067	Valid
Keputusan Penggunaan PayLater (Y)	5	0,636	0,826	0,1067	Valid

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS, 2026

Berdasarkan Tabel 2, seluruh item pada kelima variabel penelitian memiliki nilai *r hitung* lebih besar daripada *r tabel* sebesar 0,1067. Nilai *r hitung* minimum terdapat pada variabel Keputusan Penggunaan PayLater sebesar 0,636, sedangkan nilai maksimum terdapat pada variabel Literasi Keuangan sebesar 0,852. Dengan demikian, seluruh 25 item pernyataan dinyatakan **valid** dan dapat digunakan dalam analisis penelitian selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas pada 338 responden menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60. Nilai Cronbach's Alpha Gaya Hidup (X1) sebesar 0,879, Literasi Keuangan (X2) sebesar 0,887, Persepsi Kemudahan Penggunaan PayLater (X3) sebesar 0,871, Perilaku Keuangan (X4) sebesar 0,883, dan Keputusan Penggunaan PayLater (Y) sebesar 0,816. Dengan demikian, seluruh instrumen penelitian dinyatakan **reliabel** dan layak digunakan untuk analisis selanjutnya (Arsi, 2021).

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk memastikan residual model regresi memenuhi asumsi distribusi normal sebelum analisis regresi dan pengujian hipotesis dilakukan. Hasil uji normalitas disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

Keterangan	Unstandardized Residual
N	338
Mean	0,0000000
Std. Deviation	1,57572786
Absolute	0,024
Positive	0,020
Negative	-0,024
Test Statistic	0,024

Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200

Sumber: Data primer diolah SPSS, 2026

Nilai Asymp. Sig. sebesar 0,200 > 0,05 menunjukkan bahwa residual model regresi berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan Variance Inflation Factor (VIF). Model dinyatakan bebas multikolinearitas apabila *Tolerance* > 0,10 dan VIF < 10. Hasil pengujian disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Gaya Hidup	0,983	1,017
Literasi Keuangan	0,990	1,010
Persepsi Kemudahan Penggunaan *PayLater*	0,994	1,006
Perilaku Keuangan	0,992	1,008

Sumber: Data primer diolah SPSS, 2026

Seluruh variabel memiliki nilai *Tolerance* > 0,10 dan VIF < 10. Dengan demikian, model regresi tidak mengalami gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menggunakan metode Glejser dengan kriteria nilai signifikansi > 0,05. Hasil pengujian disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
Constant	1,109	0,512		2,167	0,031
Gaya Hidup	0,015	0,013	0,063	1,149	0,251
Literasi Keuangan	-0,015	0,013	-0,067	-1,216	0,225
Persepsi Kemudahan Penggunaan *PayLater*	-0,003	0,013	-0,011	-0,193	0,847
Perilaku Keuangan	0,010	0,013	0,044	0,809	0,419

Sumber: Data primer diolah SPSS, 2026

Nilai signifikansi seluruh variabel independen lebih besar dari 0,05, sehingga tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh Gaya Hidup, Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan Penggunaan PayLater, dan Perilaku Keuangan terhadap Keputusan Penggunaan PayLater. Hasil analisis disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
Constant	1,229	0,858	—	1,433	0,153
Gaya Hidup	0,217	0,022	0,346	9,989	<0,001
Literasi Keuangan	0,249	0,021	0,407	11,789	<0,001
Persepsi Kemudahan Penggunaan PayLater	0,233	0,022	0,361	10,492	<0,001
Perilaku Keuangan	0,268	0,022	0,430	12,467	<0,001

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS, 2026

Persamaan regresi yang diperoleh adalah:

Y = 1,229 + 0,217X1 + 0,249X2 + 0,233X3 + 0,268X4

Berdasarkan nilai **B (koefisien tidak terstandarisasi)**, seluruh variabel independen memiliki arah pengaruh positif terhadap Keputusan Penggunaan PayLater. Koefisien Gaya Hidup sebesar 0,217 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan Gaya Hidup diperkirakan meningkatkan Keputusan Penggunaan PayLater sebesar 0,217 satuan, dengan variabel lain dianggap konstan. Literasi Keuangan memiliki koefisien sebesar 0,249, Persepsi Kemudahan Penggunaan PayLater sebesar 0,233, dan Perilaku Keuangan sebesar 0,268. Nilai tersebut digunakan untuk membentuk persamaan regresi dan menginterpretasikan perubahan Y dalam satuan skor variabel.

Sementara itu, **Standardized Coefficients (Beta)** digunakan untuk membandingkan kontribusi relatif masing-masing variabel dalam model karena telah berada pada skala yang terstandarisasi. Nilai Beta Gaya Hidup sebesar 0,346, Literasi Keuangan sebesar 0,407, Persepsi Kemudahan Penggunaan PayLater sebesar 0,361, dan Perilaku Keuangan sebesar 0,430. Dengan demikian, **Perilaku Keuangan memiliki kontribusi relatif paling kuat** terhadap Keputusan Penggunaan PayLater dibandingkan variabel independen lainnya, karena memiliki nilai Standardized Beta paling besar (0,430). Seluruh variabel juga memiliki nilai signifikansi <0,001, sehingga masing-masing menunjukkan pengaruh yang signifikan secara statistik pada tingkat signifikansi 5%.

Uji Hipotesis

Uji t

Hasil uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap Keputusan Menggunakan PayLater secara parsial. Dengan *df* = 333 dan taraf signifikansi 5%, diperoleh nilai *t* tabel sebesar 1,967.

Tabel 7. Hasil Uji t

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
Constant	1,229	0,858	–	1,433	0,153
Gaya Hidup	0,217	0,022	0,346	9,989	<0,001
Literasi Keuangan	0,249	0,021	0,407	11,789	<0,001
Persepsi Kemudahan Penggunaan PayLater	0,233	0,022	0,361	10,492	<0,001
Perilaku Keuangan	0,268	0,022	0,430	12,467	<0,001

Sumber: Data primer diolah SPSS, 2026

Gaya Hidup memiliki nilai *t* hitung sebesar 9,989 > 1,967 dengan signifikansi <0,001, sehingga H1 diterima. Literasi Keuangan memiliki nilai *t* hitung sebesar 11,789 > 1,967 dengan signifikansi <0,001, sehingga H2 diterima. Persepsi Kemudahan Penggunaan PayLater memiliki nilai *t* hitung sebesar 10,492 > 1,967 dengan signifikansi <0,001, sehingga H3 diterima. Perilaku Keuangan memiliki nilai *t* hitung sebesar 12,467 > 1,967 dengan signifikansi <0,001, sehingga H4 diterima. Dengan demikian, seluruh variabel independen berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Menggunakan PayLater pada responden penelitian. Temuan ini menunjukkan hubungan statistik berdasarkan data yang dikumpulkan, sehingga belum dapat diartikan sebagai bukti kausalitas yang kuat karena penelitian menggunakan desain *cross-sectional*.

Uji F

Tabel 8. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1295,907	4	323,977	128,934	<0,001
Residual	836,743	333	2,513		
Total	2132,651	337			

Sumber: Data primer diolah SPSS, 2026

Nilai F hitung sebesar 128,934 > F tabel 2,40 dengan signifikansi <0,001. Dengan demikian, H5 diterima, yang berarti Gaya Hidup, Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan Penggunaan PayLater, dan Perilaku Keuangan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menggunakan PayLater. Hasil tersebut menunjukkan adanya hubungan yang signifikan secara bersama-sama antara keempat variabel independen dengan keputusan penggunaan PayLater pada responden penelitian. Meskipun demikian, karena data bersifat *cross-sectional*, hasil uji F tidak dapat digunakan untuk memastikan hubungan sebab-akibat secara kuat.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,780	0,608	0,603	1,58516

Sumber: Data primer diolah SPSS, 2026

Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,603 menunjukkan bahwa Gaya Hidup, Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan Penggunaan PayLater, dan Perilaku Keuangan secara bersama-sama menjelaskan 60,3% variasi Keputusan Menggunakan PayLater, sedangkan 39,7% sisanya berkaitan dengan faktor lain di luar model penelitian. Berdasarkan nilai *Standardized Coefficients (Beta)*, Perilaku Keuangan memiliki kontribusi relatif terbesar dengan nilai beta sebesar 0,430, diikuti Literasi Keuangan sebesar 0,407, Persepsi Kemudahan Penggunaan PayLater sebesar 0,361, dan Gaya Hidup sebesar 0,346. Dengan demikian, Perilaku Keuangan merupakan prediktor dengan kontribusi relatif paling kuat dalam model. Hasil tersebut perlu dipahami sebagai hubungan statistik dalam konteks responden penelitian dan tidak secara langsung membuktikan bahwa variabel tersebut menyebabkan perubahan Keputusan Menggunakan PayLater.

Pembahasan

Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Menggunakan PayLater

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menggunakan PayLater, dengan nilai *t* hitung sebesar 9,989, signifikansi <0,001, dan koefisien regresi sebesar 0,217. Temuan ini menunjukkan bahwa kecenderungan gaya hidup yang tercermin melalui aktivitas, minat, dan opini responden berkaitan dengan semakin kuatnya keputusan menggunakan PayLater. Ketertarikan terhadap tren, produk yang populer di media sosial, aktivitas digital, serta perhatian terhadap penampilan dan keinginan konsumsi dapat membuat PayLater dipandang sebagai alternatif pembayaran yang sesuai dengan pola aktivitas tersebut. Dengan demikian, hubungan positif yang ditemukan lebih mencerminkan keterkaitan antara karakteristik gaya hidup responden dan tingkat kemantapan keputusan menggunakan PayLater, bukan berarti gaya hidup secara langsung menyebabkan seseorang menggunakan PayLater.

Temuan ini dapat didiskusikan melalui perspektif *Theory of Planned Behavior* (TPB) dari Ajzen (1991), khususnya melalui aspek sikap terhadap perilaku. Gaya hidup yang dekat dengan

aktivitas digital dan perkembangan tren dapat berkaitan dengan terbentuknya penilaian yang lebih positif terhadap penggunaan layanan keuangan digital. Hasil penelitian ini sejalan dengan Avivi et al. (2026), tetapi berbeda dengan Restike et al. (2024) yang menemukan bahwa gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan PayLater. Perbedaan tersebut dapat berkaitan dengan karakteristik responden, kondisi sosial ekonomi, lokasi penelitian, serta instrumen yang digunakan. Oleh karena itu, temuan penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup merupakan salah satu faktor yang berkaitan dengan keputusan penggunaan PayLater, tetapi keputusan tersebut tetap perlu mempertimbangkan kebutuhan dan kemampuan finansial.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Menggunakan PayLater

Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menggunakan PayLater, dengan nilai *t* hitung sebesar 11,789, signifikansi <0,001, dan koefisien regresi sebesar 0,249. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tingkat pemahaman responden mengenai konsep keuangan, biaya, bunga, denda, risiko, serta konsekuensi penggunaan layanan keuangan berkaitan dengan tingkat kemantapan keputusan menggunakan PayLater. Rata-rata skor Literasi Keuangan sebesar 19,73 atau sekitar 3,95 per item menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat pemahaman keuangan yang relatif baik. Dalam konteks penelitian ini, hubungan positif tersebut tidak menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi keuangan maka semakin banyak utang atau semakin sering menggunakan PayLater.

Hasil penelitian justru dapat dipahami bahwa responden dengan pemahaman keuangan yang lebih baik memiliki informasi yang lebih memadai untuk mempertimbangkan manfaat, biaya, risiko, dan kemampuan pembayaran sebelum menentukan penggunaan PayLater. Temuan ini sejalan dengan Hidayanti et al. (2023) yang menemukan pengaruh positif dan signifikan literasi keuangan terhadap keputusan penggunaan PayLater, tetapi berbeda dengan Prazadhea & Fitriyah (2023) yang menemukan pengaruh negatif. Perbedaan hasil dapat berkaitan dengan karakteristik responden dan konteks penggunaan PayLater. Dalam perspektif TPB, literasi keuangan dapat didiskusikan sebagai faktor yang membantu membentuk penilaian individu terhadap suatu perilaku melalui informasi dan pertimbangan konsekuensi, meskipun penelitian ini tidak mengukur keseluruhan konstruk TPB secara langsung. Dengan demikian, hasil penelitian lebih tepat dimaknai sebagai hubungan antara literasi keuangan dan keputusan penggunaan PayLater yang lebih terinformasi, bukan sebagai dorongan untuk meningkatkan penggunaan atau jumlah kewajiban PayLater.

Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan PayLater terhadap Keputusan Menggunakan PayLater

Persepsi Kemudahan Penggunaan PayLater berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menggunakan PayLater, dengan nilai *t* hitung sebesar 10,492, signifikansi <0,001, dan koefisien regresi sebesar 0,233. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin positif persepsi responden terhadap kemudahan memahami, mempelajari, mengakses, dan mengoperasikan PayLater, semakin tinggi pula tingkat kemantapan keputusan penggunaan layanan tersebut. Kemudahan dalam memahami fitur, proses transaksi, serta akses layanan dapat mengurangi usaha yang dirasakan pengguna ketika berinteraksi dengan teknologi pembayaran digital.

Temuan ini sejalan dengan Lutfillah et al. (2024) yang menunjukkan bahwa *perceived ease of use* berkaitan dengan keputusan penggunaan produk keuangan digital PayLater. Hasil tersebut dapat didiskusikan melalui perspektif *Technology Acceptance Model* (TAM), khususnya konsep *perceived ease of use*, yang menjelaskan pentingnya persepsi kemudahan dalam penerimaan teknologi. Namun, penelitian ini tidak menguji keseluruhan konstruk TAM dan tidak secara

langsung menguji hubungan antar konstruk dalam model TAM. Oleh karena itu, TAM dalam penelitian ini lebih tepat digunakan sebagai perspektif untuk menjelaskan hubungan antara persepsi kemudahan dan keputusan penggunaan PayLater. Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan teknologi berkaitan dengan keputusan penggunaan, tetapi kemudahan tersebut tidak dapat diartikan sebagai alasan untuk meningkatkan frekuensi transaksi atau jumlah kewajiban PayLater.

Pengaruh Perilaku Keuangan terhadap Keputusan Menggunakan PayLater

Perilaku Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menggunakan PayLater, dengan nilai *t* hitung sebesar 12,467, signifikansi <0,001, dan koefisien regresi sebesar 0,268. Rata-rata skor Perilaku Keuangan sebesar 19,91 atau sekitar 3,98 per item menunjukkan bahwa responden cenderung memiliki kemampuan dalam mengendalikan pengeluaran, menentukan prioritas kebutuhan, memenuhi kewajiban keuangan, dan mempertimbangkan kemampuan membayar. Hubungan positif yang ditemukan menunjukkan bahwa karakteristik perilaku keuangan tersebut berkaitan dengan tingkat kemantapan responden dalam mengambil keputusan menggunakan PayLater.

Temuan ini dapat didiskusikan melalui perspektif TPB, khususnya konsep *perceived behavioral control* yang berkaitan dengan persepsi individu terhadap kemampuan mengendalikan suatu perilaku (Ajzen, 1991). Kemampuan mengatur pengeluaran dan mempertimbangkan kemampuan pembayaran dapat membuat responden lebih mampu menentukan kapan penggunaan PayLater sesuai dengan kondisi keuangannya. Hasil penelitian sejalan dengan Purwasih et al. (2025), tetapi berbeda dengan Hasani et al. (2025) yang menemukan bahwa perilaku keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan PayLater. Perbedaan tersebut dapat berkaitan dengan karakteristik responden, kondisi ekonomi, platform yang digunakan, serta konteks penelitian. Dengan demikian, perilaku keuangan dalam penelitian ini lebih tepat dipahami sebagai faktor yang berkaitan dengan keputusan penggunaan secara selektif dan terencana, bukan sebagai faktor yang mendorong peningkatan penggunaan PayLater.

Pengaruh Gaya Hidup, Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan Penggunaan PayLater, dan Perilaku Keuangan terhadap Keputusan Menggunakan PayLater

Secara simultan, Gaya Hidup, Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan Penggunaan PayLater, dan Perilaku Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menggunakan PayLater. Hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 128,934 dengan signifikansi <0,001. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,603 menunjukkan bahwa keempat variabel tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan 60,3% variasi Keputusan Menggunakan PayLater, sedangkan 39,7% sisanya berkaitan dengan faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

Temuan ini sejalan dengan Dachman (2024) yang menunjukkan adanya pengaruh gaya hidup, literasi keuangan, dan kemudahan terhadap keputusan penggunaan PayLater. Bangun & Jamil (2025) juga menunjukkan bahwa *financial literacy*, *lifestyle*, *income*, dan *locus of control* secara simultan berpengaruh terhadap penggunaan Shopee PayLater. Secara konseptual, temuan penelitian memberikan dukungan empiris bahwa faktor perilaku dan keuangan serta persepsi terhadap kemudahan teknologi secara bersama-sama berkaitan dengan keputusan penggunaan PayLater. Hubungan tersebut dapat didiskusikan melalui perspektif TPB dan TAM, tetapi penelitian ini tidak menguji keseluruhan konstruk maupun jalur hubungan dalam kedua teori tersebut sehingga tidak dapat dikatakan mengonfirmasi keseluruhan model TPB dan TAM.

Berdasarkan nilai *Standardized Coefficients (Beta)*, Perilaku Keuangan memiliki kontribusi relatif terbesar dengan nilai beta sebesar 0,430, diikuti Literasi Keuangan sebesar 0,407,

Persepsi Kemudahan Penggunaan PayLater sebesar 0,361, dan Gaya Hidup sebesar 0,346. Dengan demikian, Perilaku Keuangan merupakan prediktor dengan kontribusi relatif paling kuat dalam model penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa kemampuan responden dalam mengelola pengeluaran, memenuhi kewajiban, menentukan prioritas, dan mempertimbangkan kemampuan membayar memiliki hubungan relatif paling kuat dengan tingkat keputusan penggunaan PayLater dibandingkan variabel lainnya. Namun, hasil tersebut tidak dimaknai sebagai anjuran untuk meningkatkan penggunaan PayLater atau menambah kewajiban utang, melainkan sebagai gambaran hubungan antarvariabel pada mahasiswa yang telah memiliki pengalaman menggunakan PayLater.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam menginterpretasikan hasil. Penggunaan *purposive sampling* membatasi generalisasi hasil penelitian karena responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu dan bukan melalui *probability sampling*. Responden juga hanya berasal dari mahasiswa S1 Akuntansi Generasi Z pada lima perguruan tinggi di Purwokerto dengan distribusi antarkampus yang tidak proporsional, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan kepada seluruh mahasiswa S1 Akuntansi di Purwokerto maupun kelompok mahasiswa di wilayah lain. Selain itu, penggunaan kuesioner *self-report* memungkinkan adanya subjektivitas responden dan *social desirability bias*. Desain *cross-sectional* hanya menggambarkan hubungan variabel pada satu periode pengamatan sehingga tidak dapat memberikan bukti kausalitas yang kuat ataupun menjelaskan perubahan keputusan penggunaan PayLater dari waktu ke waktu. Penggunaan beberapa platform PayLater juga menjadi keterbatasan karena setiap platform memiliki karakteristik fitur, biaya, batas kredit, dan ketentuan layanan yang berbeda. Oleh karena itu, hasil penelitian perlu dipahami dalam konteks responden dan periode penelitian, bukan sebagai hubungan sebab-akibat yang berlaku secara umum.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup, literasi keuangan, persepsi kemudahan penggunaan PayLater, dan perilaku keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan PayLater pada mahasiswa Generasi Z Program Studi S1 Akuntansi di Purwokerto, baik secara parsial maupun simultan. Model penelitian mampu menjelaskan 60,3% variasi keputusan penggunaan PayLater, dengan perilaku keuangan sebagai prediktor yang memiliki kontribusi relatif paling kuat. Temuan ini menunjukkan pentingnya edukasi mengenai pengelolaan keuangan dan penggunaan kredit digital secara bertanggung jawab agar mahasiswa mampu mempertimbangkan kebutuhan, biaya, risiko, serta kemampuan membayar sebelum menggunakan PayLater. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan *probability sampling* untuk meningkatkan generalisasi hasil dan desain longitudinal untuk mengamati perubahan perilaku serta keputusan penggunaan PayLater dari waktu ke waktu.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing, Program Studi S1 Akuntansi, serta seluruh mahasiswa Generasi Z di Purwokerto yang telah berpartisipasi sebagai responden dan memberikan data dalam penelitian ini. Apresiasi juga disampaikan kepada semua

pihak yang telah memberikan arahan dan bantuan selama proses penelitian hingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, A., Ahmad, W., Zal, A., Ismail, W., Muhammad, M. Z., & Ikhwan, M. (2023). Financial literacy on personal finance stability among low-income communities. *Advanced International Journal of Business, Entrepreneurship and SMEs (AIJBES), 5*(18), 311–325. https://doi.org/10.35631/AIJBES.518025

Adiprasetyo, A., & Surjandy. (2024). Analysis of the essential motivation and challenge factors of the buy now, pay later service among Indonesian university students. *E3S Web of Conferences, 571*, 06005. https://doi.org/10.1051/e3sconf/202457106005

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-T

Avivi, H., Widyastuti, U., & Noviarini, D. (2026). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee PayLater: Peran moderasi kontrol diri pada Generasi Z. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen, 3*(1), 422–437. https://doi.org/10.62710/k5em1b31

Bangun, F. A., & Jamil, P. C. (2025). The influence of financial literacy, life style, income, and locus of control on the consumer behavior of Shopee PayLater users (Case study of students in Pekanbaru). *E-Jurnal Apresiasi Ekonomi, 13*(1), 252–264. https://doi.org/10.31846/jae.v13i1.921

Dachman, D. Z. A. (2024). *Pengaruh gaya hidup, literasi keuangan, serta kemudahan terhadap keputusan penggunaan PayLater pada mahasiswa (Studi kasus: Mahasiswa Universitas Islam Indonesia).* Universitas Islam Indonesia.

Dwijayanti, N. M. A., Mariani, W. E., & Utami, N. M. M. A. (2022). Penggunaan sistem pembayaran *e-money* berbasis *server* untuk mendukung gerakan *cashless society* pada generasi milenial. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, 11*(10), 1280–1287. https://doi.org/10.24843/EEB.2022.v11.i10.p11

Habiballah, A., & Rustam, T. A. (2025). Pengaruh kemudahan, kepercayaan dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian menggunakan pembayaran Shopee PayLater pada mahasiswa Kota Batam. *Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis, 5*(2), 648–659.

Harahap, M. I., Soemitra, A., & Nawawi, Z. M. (2023). Analysis of the effect of Fear of Missing Out (FOMO) and the use of PayLater application on impulse buying behavior (Review of Maqashid Syariah). *Manajemen dan Bisnis, 22*(2), 67. https://doi.org/10.24123/jmb.v22i2.682

Hasani, S., Rianto, M. R., Manurung, A. H., & Sinaga, J. (2025). Pengaruh faktor keuangan dan non keuangan terhadap keputusan penggunaan PayLater di Kota Bekasi Utara. *Indonesian Journal of Economics and Strategic Management (IJESM), 3*(1), 493–509.

Hidayanti, N., Wiryaningtyas, D. P., & Ariyantiningsih, F. (2023). Pengaruh literasi keuangan dan persepsi risiko terhadap keputusan penggunaan Shopee PayLater melalui *financial technology* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Abdurachman Saleh Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME), 2*(7), 1471–1489. https://doi.org/10.36841/jme.v2i7.3560

Lutfillah, N. Q., Hapsari, A. P., & Candrawati, T. (2024). Determinants of students' decisions to use PayLater digital financial products. *Journal of Business and Entrepreneurship, 7*(1), 42–54. https://doi.org/10.54268/baskara.v7i1.23263

Mariyani, K., & Risanta, M. (2025). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan perilaku pembelian impulsif terhadap penggunaan Shopee PayLater pada Generasi Z di Banjarmasin. *ECo-Fin: Economics and Financial, 7*(2). https://doi.org/10.32877/ef.v7i2.2529

Perry, V. G., & Morris, M. D. (2005). Who is in control? The role of self-perception, knowledge, and income in explaining consumer financial behavior. *The Journal of Consumer Affairs, 39*(2), 299–313.

Prastiwi, I. E., & Fitria, T. N. (2021). Konsep PayLater online shopping dalam pandangan ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 7*(1), 425. https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1458

Pratika, Y., Salahudin, Riyanto, D. W. U., & Ambarwati, T. (2021). Analysis of Pay Later payment system on online shopping in Indonesia. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura, 23*(3), 329–339. https://doi.org/10.14414/jebav.v23i3.2343

Prazadhea, A. A., & Fitriyah. (2023). The influence of finance literacy, ease of use and usefulness on the use of Shopee PayLater in Malang City students. *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi), 7*(2), 723–743.

Purwasih, M., Fadli, U. M. D., & Rosmawati, E. (2025). The effect of financial behavior on the use of PayLater with gender moderation on employees of PT Ihara Manufacturing Indonesia. *Research in Management of Technology and Business, 6*(2), 1101–1112. https://doi.org/10.30880/rmtb.2025.06.02.087

Restike, K. P., Prasasti, D., Fitriani, D. I., & Ciptani, M. K. (2024). Pengaruh literasi keuangan, perilaku pembelian impulsif, dan gaya hidup terhadap penggunaan Shopee PayLater Gen Z. *Jurnal Akuntansi Bisnis, 22*(1), 100–113.

Sitepu, G. A., & Fadila, A. (2024). Analisis pemanfaatan layanan PayLater di era keuangan digital oleh Generasi Z. *Journal of Young Entrepreneurs, 3*(1), 57–70.

Suyanto, & Sada, Y. M. V. K. (2022). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan lingkungan sosial terhadap perilaku keuangan mahasiswa. *LITERA: Jurnal Literasi Akuntansi*, *2*(2), 86–99. https://doi.org/10.55587/jla.v2i2.35

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly, 27*(3), 425–478.

Wahyudinningsih, S., & Sitepu, H. V. (2026). The impact of financial literacy, financial self-efficacy, and fintech payment on the financial behavior of Generation Z: Study case in Bekasi District of Indonesia. *Journal of Ekonomi, 15*, 30–44.

Wang, X., & Cheng, Z. (2020). Cross-sectional studies: Strengths, weaknesses, and recommendations. *CHEST, 158*(1), S65–S71. https://doi.org/10.1016/j.chest.2020.03.012

Zaki, M. F., Basalamah, M. R., & Wahyuningtiyas, N. (2024). Pengaruh kemudahan, gaya hidup dan literasi keuangan terhadap keputusan penggunaan Shopee PayLater pada Kecamatan Kepanjen. *E-Jurnal Riset Manajemen*, *13*(1).