

## Faktor-Faktor Penentu Minat Generasi Z dalam Penggunaan *Buy Now Paylater* pada Mahasiswa Universitas Dian Nuswantoro Semarang

Tharisyaa Alvita Cahyarani, Vicky Oktavia, Ariati Anomsari, Almira Santi Samasta

Universitas Dian Nuswantoro

tharisyaaalvita22@gmail.com, vicky.oktavia@dsn.dinus.ac.id,

anomsari@dsn.dinus.ac.id, almirasanti@dsn.dinus.ac.id

### ABSTRACT

*This study aims to identify the factors influencing the interest of Universitas Dian Nuswantoro students in using Buy Now Pay Later (Paylater) services. The research focuses on three aspects: Perceived Ease of Use, Functional Financial Needs, and Hedonistic Lifestyle. The method employed is descriptive quantitative research with a survey approach. The study involved 160 students who had previously used Paylater services. The collected data were analyzed using SmartPLS 4 software, examining validity, reliability, and structural model tests. The results indicate that Hedonistic Lifestyle positively and significantly affects the intention to use Paylater, followed by Functional Financial Needs, which also have a significant influence. Meanwhile, Perceived Ease of Use does not have a significant effect, as young people, particularly Generation Z, are already very familiar with various digital applications, making operational ease not a primary factor. The study concludes that students' interest in using Paylater is more influenced by their consumption patterns and financial needs rather than the technical aspects of the system. Based on these findings, several recommendations are offered: to enhance education on the responsible use of Paylater services and to provide clear information about the services so that users can manage their expenses more effectively.*

**Keywords:** *Hedonistic Lifestyle; Functional Financial Needs; Perceived Ease of Use; Paylater Usage Interest; Generation Z*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi minat mahasiswa Universitas Dian Nuswantoro dalam menggunakan layanan *Buy Now Pay Later* (*Paylater*). Penelitian ini fokus pada tiga hal, yaitu Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kebutuhan Finansial Fungsional, dan Gaya Hidup Hedon. Metode yang digunakan adalah penelitian kuantitatif deskriptif dengan pendekatan survei. Penelitian ini melibatkan 160 orang mahasiswa yang sudah pernah menggunakan layanan *Paylater*. Data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4 dengan melihat uji validitas, reliabilitas, dan model struktural. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gaya Hidup Hedon memengaruhi minat penggunaan *Paylater* secara positif dan signifikan, diikuti oleh Kebutuhan Finansial Fungsional yang juga berpengaruh signifikan. Sementara itu, Persepsi Kemudahan Penggunaan tidak memberikan pengaruh yang signifikan, karena generasi muda, khususnya generasi Z, sudah sangat terbiasa dengan berbagai aplikasi digital, sehingga aspek kemudahan operasional bukan menjadi faktor utama. Kesimpulan penelitian adalah minat mahasiswa dalam menggunakan *Paylater* lebih dipengaruhi oleh pola konsumsi dan kebutuhan finansial

mereka dibandingkan dengan aspek teknis dari sistem tersebut. Dari hasil penelitian ini, diberikan beberapa rekomendasi, yaitu meningkatkan edukasi penggunaan layanan *Paylater* secara bijak serta memberikan informasi yang jelas mengenai layanan tersebut agar pengguna dapat mengelola pengeluarannya secara lebih efektif.

**Kata kunci: Gaya Hidup Hedon; Kebutuhan Finansial Fungsional; Persepsi Kemudahan Penggunaan; Minat Penggunaan *Paylater*; Generasi Z**

## PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi digital yang cepat telah mendorong semakin banyaknya masyarakat yang memanfaatkan layanan keuangan digital atau *Financial Technology* (*FinTech*). Dalam beberapa tahun belakangan, *FinTech* memegang peran dan secara khusus membantu dalam menjembatani kesenjangan ekonomi, memperluas akses layanan keuangan, dan membuat layanan bagi masyarakat menjadi lebih baik (Skandalis, 2025). Sejalan dengan hal tersebut, lembaga keuangan kini semakin cerdas dalam menyesuaikan dan mengembangkan berbagai layanan agar mampu memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang di era global (Magableh et al., 2025). *FinTech* kini tidak lagi dianggap sebagai kemewahan, melainkan kebutuhan mendasar dan bagian penting dalam pembangunan ekonomi modern. Melalui inovasinya, *FinTech* mampu meningkatkan produktivitas serta memperluas inklusi keuangan dengan memberi kesempatan kepada masyarakat untuk terlibat dalam sistem keuangan global (Akhtar et al., 2024).

Salah satu jenis layanan *FinTech* yang mengalami pertumbuhan signifikan dan banyak diminati adalah *Buy Now Pay Later* (BNPL) atau yang sering disebut sebagai *Paylater*. Layanan ini memudahkan pengguna untuk mendapatkan barang atau jasa terlebih dahulu, lalu membayar kemudian dalam waktu yang sudah ditentukan atau sudah disepakati secara bersama, sehingga menjadi pilihan yang lebih praktis dibandingkan dengan kredit konvensional. Karena proses peminjamannya lebih sederhana dan memberikan akses yang lebih mudah bagi pengguna melalui pilihan pembayaran yang bisa ditunda serta sistem cicilan yang lebih fleksibel (Simiyu et al., 2025).

Pengguna dapat mengatur jangka waktu pembayaran antara 1–12 bulan, sehingga membantu mereka mengelola keuangan dengan lebih efektif dan terhindar dari beban pembayaran sekaligus (Jaya & Siregar, 2025). Selain itu, penyedia *Paylater* juga dapat memberikan edukasi kepada pengguna mengenai dampak negatif dari keterlambatan pembayaran, karena hal tersebut dapat memengaruhi skor kredit mereka. Skor kredit ini merupakan ukuran penting yang menunjukkan seberapa layak seseorang untuk mendapatkan pinjaman, terutama karena penyedia BNPL biasanya membagikan data pembayaran pengguna kepada biro kredit (P. Kumar et al., 2025).

Kemudahan dan fleksibilitas ini menjadikan *Paylater* populer di berbagai platform *e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, Traveloka, Lazada, Blibli, dan lainnya. Metode pembayaran ini tidak hanya mempermudah transaksi, tetapi juga menjadi strategi perusahaan *e-commerce* untuk meningkatkan minat beli konsumen

(Khasanah & Ridwan, 2022). Produk-produk yang paling umum dibeli melalui *Paylater* meliputi *smartphone*, produk *fashion*, pulsa, serta barang elektronik (A. Kumar et al., 2024).

Layanan *Paylater* kini banyak disukai oleh generasi muda, terutama generasi Z. Mahasiswa, merupakan bagian generasi Z, juga merupakan kelompok pengguna yang aktif menggunakan layanan tersebut (Erista, 2024). Bagi generasi Z, khususnya mahasiswa, penggunaan *Paylater* menawarkan fleksibilitas finansial untuk membantu mengelola pengeluaran, terutama di tengah meningkatnya biaya pendidikan dan kebutuhan hidup. Namun, penting bagi pengguna untuk mengetahui potensi risiko yang timbul dari penggunaan *Paylater*, seperti potensi peningkatan perilaku konsumtif dan utang yang tidak terkelola (Adyaputri, 2025). Selain itu, mahasiswa juga rentan terhadap pengeluaran berlebihan karena kecenderungan untuk memenuhi keinginan sesaat atau gaya hidup konsumtif, sehingga penggunaan *Paylater* perlu disertai dengan kesadaran finansial dan pengendalian diri yang baik (Kuteesa et al., 2025).

Tabel 1.1 Hasil data jumlah persentase pengguna *Paylater*

Usia	Golongan Generasi	Tingkat Penggunaan
18-25 tahun	Generasi Z	39,9%
26-35 tahun	Generasi Milenial/Y	48,3%
36-45 tahun	Generasi X	11,4%

Sumber: IdScore, 2025

Merujuk pada data yang ada pada Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan PEFINDO Biro Kredit (IdScore), jumlah pengguna BNPL per Februari 2025 menyentuh di 17,26 juta orang, meningkat 25,53% secara tahunan (YoY). Dari total tersebut, generasi Z menyumbang 39,9% pengguna, menempati posisi kedua setelah generasi milenial (Bisnis.com, 2025). Selain itu, OJK mencatat nilai layanan BNPL mencapai Rp8,2 triliun, tumbuh 59,1% YoY, menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap layanan ini terus meningkat.

Laporan Kredivo (2024) juga mengungkapkan bahwa rendahnya kepemilikan kartu kredit menjadi salah satu alasan meningkatnya penggunaan *Paylater*. Sebanyak 85% milenial dan 88% generasi Z tidak memiliki kartu kredit, sehingga *Paylater* menjadi alternatif praktis untuk melakukan transaksi keuangan (Guttman-Kenney et al., 2023). Bagi pengguna yang membayar tepat waktu, *Paylater* tidak mengenakan bunga, tetapi biaya tambahan akan muncul apabila terjadi keterlambatan pembayaran (Chen et al., 2024). Dengan kemudahan ini, *Paylater* menjadi solusi bagi generasi muda yang menginginkan sistem pembayaran cepat dan fleksibel, meskipun di sisi lain berisiko mendorong perilaku konsumtif.

Melihat tren tersebut, penting untuk mengetahui faktor-faktor yang mendorong mahasiswa minat penggunaan *Paylater*, dan sebagai penentu peneliti untuk menentukan variabel yang akan digunakan. Untuk mengetahui hal tersebut,

peneliti melakukan pra-survei terhadap 20 mahasiswa Universitas Dian Nuswantoro dari berbagai fakultas yang menggunakan layanan *Paylater*. Hasilnya disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1.2 Hasil Pra-Survei Faktor Penggunaan *Paylater* oleh Mahasiswa Universitas Dian Nuswantoro.

NO	FAKTOR	SS	S	N	TS	STS	Total Responden	Persentase Setuju (SS+S)	Kesimpulan
1.	Persepsi Kemudahan Penggunaan	16	1	2	1	0	20	85%	Mayoritas Setuju
2.	Promosi dan Diskon	8	2	0	7	3	20	50%	Cukup Setuju
3.	Kepercayaan	3	3	3	1	10	20	30%	Mayoritas Tidak Setuju
4.	Kebutuhan	15	2	2	1	0	20	85%	Mayoritas Setuju
5.	Gaya Hidup Hedon	12	3	3	0	2	20	75%	Mayoritas Setuju

Sumber: Hasil Pra-Survei Peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 1.2 Hasil Pra-Survei Faktor Penggunaan *Paylater* oleh Mahasiswa Universitas Dian Nuswantoro, diketahui bahwa dari 20 responden, terdapat tiga faktor dengan tingkat persetujuan tertinggi. Faktor Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kebutuhan sama-sama memperoleh persentase 85%, sedangkan Gaya Hidup Hedon mencapai 75%. Hasil ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden sepakat bahwa Persepsi Kemudahan dalam menggunakan *Paylater*, adanya Kebutuhan finansial, serta pengaruh Gaya Hidup Hedon menjadi alasan utama mereka menggunakan layanan tersebut. Sementara itu, faktor Promosi dan Diskon (50%) hanya memperoleh penilaian cukup setuju, dan Kepercayaan (30%) bahkan menunjukkan mayoritas tidak setuju. Oleh karena itu, dapat diinterpretasikan bahwa tiga faktor utama yang paling memengaruhi minat penggunaan *Paylater* oleh mahasiswa Universitas Dian Nuswantoro adalah Kemudahan Penggunaan, Kebutuhan, dan Gaya Hidup Hedon.

Selain faktor-faktor tersebut, penelitian ini juga didasarkan pada beberapa asumsi penggunaan *Paylater* pada mahasiswa Universitas Dian Nuswantoro. Dalam konteks mahasiswa, penggunaan *Paylater* umumnya dipengaruhi oleh kondisi finansial yang relatif terbatas. Sebagian besar mahasiswa belum memiliki pendapatan pribadi yang tetap, sehingga layanan *Paylater* dimanfaatkan sebagai alternatif untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginan tertentu tanpa harus melakukan pembayaran secara langsung. Namun demikian, penggunaan *Paylater* tetap menuntut

kedisiplinan dalam pengelolaan keuangan, khususnya dalam melakukan pembayaran tepat waktu. Pemilihan Universitas Dian Nuswantoro (UDINUS) Semarang sebagai objek penelitian didasarkan pada adanya indikasi permasalahan dalam penggunaan *Paylater* di kalangan mahasiswa. Berdasarkan pengamatan awal, sebagian mahasiswa menggunakan *Paylater* untuk memenuhi kebutuhan maupun gaya hidup, namun belum sepenuhnya diimbangi dengan pengelolaan keuangan yang baik. Kondisi ini berpotensi menimbulkan keterlambatan pembayaran akibat keterbatasan pendapatan mahasiswa yang belum tetap. Keterlambatan pembayaran *Paylater* dapat berdampak pada munculnya denda serta penurunan skor kredit, sehingga penting untuk dikaji faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan *Paylater* pada mahasiswa UDINUS secara lebih mendalam.

Selain itu, hasil penelitian sebelumnya menunjukkan perbedaan terkait faktor-faktor yang mendorong minat penggunaan *Paylater*. Thirah et al., (2024) memperoleh hasil bahwa gaya hidup hedonis dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan generasi Z menggunakan *SPaylater*. Namun, Waluyo et al., (2022) menemukan bahwa gaya hidup tidak berpengaruh positif terhadap penggunaan *Paylater*, dan Asja et al., (2021) menyatakan kemudahan penggunaan juga tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan. Sementara itu, Erista (2024) menyatakan bahwa kebutuhan menjadi faktor dominan yang memengaruhi minat mahasiswa menggunakan *Paylater*, sedangkan hasil penelitian Kartikasari & Fauzi, (2025) menunjukkan bahwa kebutuhan Tidak berdampak besar pada keputusan pengguna untuk menggunakan *Paylater*. Perbedaan hasil penelitian ini menemukan adanya celah dalam penelitian yang menarik agar dikaji lebih lanjut.

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan, terlihat bahwa persepsi kemudahan penggunaan, kebutuhan, dan gaya hidup hedon menjadi faktor dominan yang mendorong mahasiswa menggunakan layanan *Paylater*. Hasil pra-survei yang menunjukkan tiga faktor tersebut memiliki tingkat persetujuan tertinggi semakin memperkuat bahwa variabel-variabel ini dapat pengaruh potensial terhadap minat penggunaan *Paylater*. Namun, dengan adanya perbedaan temuan pada penelitian sebelumnya, masih diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui sejauh mana ketiga faktor tersebut berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan layanan *Paylater*, khususnya di lingkungan Universitas Dian Nuswantoro. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, peneliti terdorong untuk melaksanakan penelitian yang berjudul "**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Buy Now Paylater pada Mahasiswa Universitas Dian Nuswantoro**", dengan variabel penelitian yaitu Kemudahan Penggunaan ( $X_1$ ), Kebutuhan Finansial Fungsional ( $X_2$ ), dan Gaya Hidup Hedon ( $X_3$ ) terhadap Minat Penggunaan *Paylater* ( $Y$ )

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui kuesioner online. Responden penelitian adalah mahasiswa aktif Universitas Dian Nuswantoro Semarang yang pernah menggunakan

layanan *Paylater*, dengan rentang usia <20 tahun, 20–22 tahun, dan >22 tahun, yang dipilih menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan pendekatan purposive sampling. Teknik ini digunakan karena peneliti menetapkan kriteria khusus responden, yaitu mahasiswa aktif UDINUS, pengguna aplikasi *Paylater* yang pernah atau sering bertransaksi serta memanfaatkan fitur utama *Paylater*, dan memiliki kecenderungan gaya hidup hedonis yang memengaruhi kebiasaan berbelanja. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Kemudahan Penggunaan ( $X_1$ ), Kebutuhan Finansial Fungsional ( $X_2$ ), dan Gaya Hidup Hedon ( $X_3$ ) terhadap Minat Penggunaan *Paylater* ( $Y$ ). Penentuan jumlah sampel mengacu pada rumus Hair et al. (2022), yaitu sebanyak 10 kali jumlah indikator variabel. Dengan total 15 indikator, jumlah minimum sampel yang dibutuhkan adalah 150 responden. Penilaian pernyataan kuesioner menggunakan skala Likert 1–5, dan data yang terkumpul dianalisis menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4 untuk menguji hubungan antarvariabel secara komprehensif.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Diskripsi Responden

Tabel 2. Karakteristik Responden

Karakteristik Responden	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-Laki	54	33,8
	Perempuan	106	66,3
Usia	< 20 tahun	21	13,1
	20-22 tahun	116	72,5
	> 22 tahun	23	14,4
Fakultas	Fakultas Ekonoomi & Bisnis	72	45
	Fakultas Ilmu Budaya	15	9,4
	Fakultas Teknik	20	12,5
	Fakultas Kesehatan	15	9,4
	Fakultas Kedokteran	12	7,5

Sumber: Data Primer, 2025

Penelitian ini melibatkan 160 responden. Berdasarkan jenis kelamin, responden perempuan menjadi yang terbanyak dengan 106 orang (66,3%), diikuti Laki-laki sebanyak 54 orang (33,8%). Dari segi usia, kelompok 20–22 tahun menempati peringkat pertama dengan 116 responden (72,5%), disusul usia >22 tahun yaitu 23 orang (14,4%), dan <20 tahun sebanyak 21 orang (13,1%). Berdasarkan fakultas, peringkat pertama ditempati Fakultas Ekonomi dan Bisnis dengan 72 responden (45%), diikuti Fakultas Ilmu Komputer 26 orang (16,3%) dan Fakultas Teknik 20 orang (12,5%). Selanjutnya, FIB dan Fakultas Kesehatan masing-masing 15 orang (9,4%), dan terakhir Fakultas Kedokteran dengan 12 orang (7,5%).

## **Analisis Deskriptif**

Penjelasan terkait analisis deskriptif setiap variabel dijabarkan dengan berikut ini

### **1. Persepsi Kemudahan Penggunaan**

Variabel persepsi kemudahan penggunaan menunjukkan nilai rata-rata sebesar 4,10 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa responden merasa *Paylater* mudah dipahami dan dioperasikan. Mayoritas mahasiswa menyatakan mampu memahami sistem pembayaran, tampilan aplikasi, informasi terkait limit, bunga, dan jatuh tempo, serta dapat menguasai penggunaan *Paylater* tanpa bantuan orang lain. Selain itu, responden juga merasa mampu mengontrol penggunaan *Paylater* dengan baik, sehingga kemudahan sistem menjadi faktor pendukung dalam penggunaan layanan ini

### **2. Kebutuhan**

Variabel kebutuhan memperoleh nilai rata-rata 4,00 dengan kategori tinggi, yang menunjukkan bahwa penggunaan *Paylater* didorong oleh adanya kebutuhan finansial, baik yang bersifat mendesak maupun untuk memenuhi keinginan saat dana belum tersedia. Responden juga menggunakan *Paylater* agar dapat memenuhi standar hidup yang mereka tetapkan. Hal ini mencerminkan bahwa *Paylater* dipersepsikan sebagai solusi praktis dalam memenuhi kebutuhan konsumsi mahasiswa

### **3. Gaya Hidup Hedon**

Variabel gaya hidup hedon memiliki nilai rata-rata 3,56 dan termasuk dalam kategori tinggi. Hasil ini menunjukkan bahwa responden cenderung menggunakan *Paylater* untuk mendukung gaya hidup konsumtif, seperti membeli barang yang sedang tren dan berbelanja online sebagai bentuk kesenangan pribadi. Penggunaan *Paylater* juga dianggap membantu responden mengikuti tren dan menikmati gaya hidup yang lebih modern dan konsumtif.

### **4. Minat Penggunaan *Paylater***

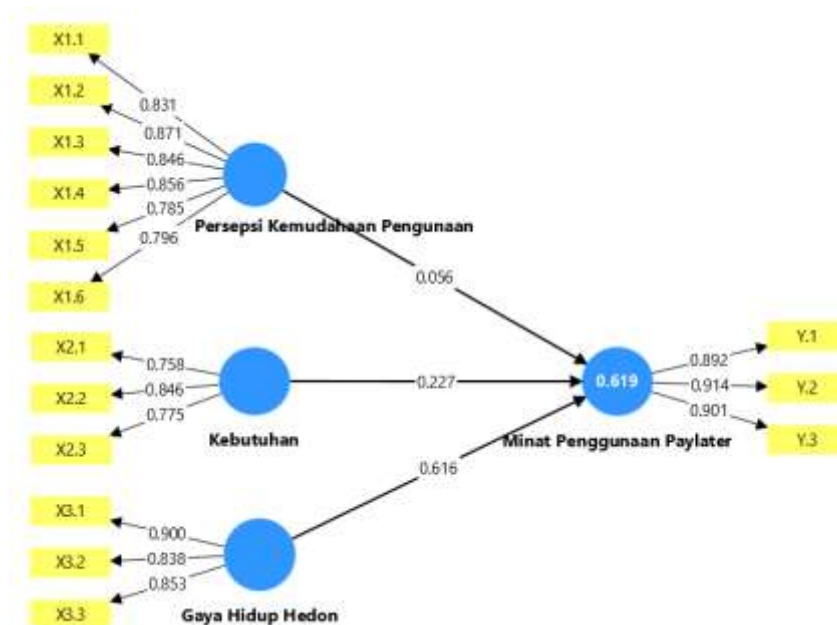
Variabel minat penggunaan *Paylater* memperoleh nilai rata-rata 3,72 dengan kategori tinggi, yang menandakan adanya ketertarikan dan keinginan kuat dari responden untuk menggunakan *Paylater*. Responden tidak hanya tertarik mencoba berbagai layanan *Paylater*, tetapi juga memiliki rencana untuk terus menggunakannya sebagai metode pembayaran di masa mendatang. Hal ini menunjukkan bahwa *Paylater* telah diterima dengan baik dan memiliki prospek penggunaan berkelanjutan di kalangan mahasiswa

### Hasil Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Evaluasi model pengukuran digunakan agar setiap indikator pada variabel memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas. Pengujian dilakukan melalui beberapa tahap sebagai berikut:

#### Uji Validasi Konvergen

Uji ini dilakukan agar setiap indikator benar-benar mampu mewakili variabelnya. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh *loading factor* > 0,7 dan AVE > 0,5, sehingga indikator-indikator tersebut terbukti sesuai dengan syarat validitas konvergen.



Gambar 2. Model Struktur

Sumber: Hasil Penelitian (2025)

Sebuah indikator dianggap valid saat nilai *loading factornya* positif dan lebih dari 0,7, serta nilai AVE lebih dari 0,5 (Hair et al.). Nilai faktor *loading* menunjukkan seberapa besar pengaruh masing-masing indikator terhadap variabel yang diukur. Jika nilai faktor loading suatu indikator lebih tinggi, maka indikator tersebut lebih mampu merepresentasikan variabel tersebut. Tabel di bawah ini menampilkan nilai faktor *loading* untuk setiap indikator.

Tabel 3. Hasil Uji *Loading Factor*

Variabel	Item	Loading Factor	AVE	Keterangan
Kemudahan Penggunaan	X1.1	0,831	0,691	Valid

Variabel	Item	Loading Factor	AVE	Keterangan
	X1.2	0,871		Valid
	X1.3	0,846		Valid
	X1.4	0,856		Valid
	X1.5	0,785		Valid
	X1.6	0,796		Valid
<b>Kebutuhan</b>	X2.1	0,758	0,630	Valid
	X2.2	0,846		Valid
	X2.3	0,775		Valid
<b>Gaya Hidup Hedon</b>	X3.1	0,900	0,747	Valid
	X3.2	0,838		Valid
	X3.3	0,853		Valid
<b>Minat Penggunaan Paylater</b>	Y.1	0,892	0,815	Valid
	Y.1	0,914		Valid
	Y.1	0,901		Valid

Sumber: Penelitian (2025)

Berdasarkan hasil uji faktor *loading*, semua indikator dalam variabel Kemudahan Penggunaan, Kebutuhan, Gaya Hidup Hedon, dan Minat Penggunaan *Paylater* memiliki nilai faktor loading lebih dari 0,70 serta nilai AVE lebih dari 0,50. Ini menunjukkan bahwa semua indikator tersebut valid dan mampu mewakili setiap variabel dengan baik.

### Uji Validitas *Discriminant*

Validitas diskriminan dilakukan untuk memastikan setiap konstruk dalam model terdapat perbedaan yang jelas satu sama lain. Pengujian dilakukan dengan melihat apakah indikator memiliki korelasi yang lebih kuat dengan konstraknya sendiri dibandingkan dengan konstruk lain, menggunakan nilai *cross loading* dan kriteria Fornell-Larcker. Jika nilai yang didapat lebih dari 0,7, maka dapat disimpulkan konstruk tersebut dianggap telah memenuhi validitas diskriminan dengan baik.

### Uji Fornell - Larcker

Tabel 4 Uji Fornell- Larcker

Variabel	Gaya Hidup Hedon	Kebutuhan	Persepsi Kemudahan Penggunaan	Minat Penggunaan <i>Paylater</i>
Gaya Hidup Hedon	<b>0.864</b>			
Kebutuhan	0.515	<b>0.794</b>		

Kemudahan Penggunaan	0.355	0.622	<b>0.831</b>	
Minat Penggunaan <i>Paylater</i>	0.753	0.579	0.416	<b>0.903</b>

Sumber: Penelitian (2025)

Hasil uji Fornell–Larcker menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai akar AVE (nilai diagonal) yang lebih besar dibandingkan dengan korelasi variabel tersebut dengan konstruk lainnya. Contohnya, variabel Gaya Hidup Hedon memiliki nilai akar AVE sebesar 0,864, yang lebih tinggi dari korelasinya dengan variabel Kebutuhan (0,515), Kemudahan Penggunaan (0,355), dan Minat Penggunaan *Paylater* (0,753). Pola ini terlihat pada semua konstruk, sehingga dapat disimpulkan bahwa model memenuhi kriteria validitas diskriminan berdasarkan Fornell–Larcker. Ini berarti setiap variabel mampu membedakan diri dari konstruk lainnya.

### Uji Cross Loading

Tabel 5. Uji Cross Loading

	Gaya Hidup Hedon	Kebutuhan	Persepsi Kemudahan Penggunaan	Minat Penggunaan <i>Paylater</i>
X1.1	0.357	0.539	<b>0.831</b>	0.425
X1.2	0.272	0.557	<b>0.871</b>	0.330
X1.3	0.269	0.533	<b>0.846</b>	0.322
X1.4	0.294	0.539	<b>0.856</b>	0.335
X1.5	0.321	0.450	<b>0.785</b>	0.316
X1.6	0.241	0.475	<b>0.796</b>	0.323
X2.1	0.293	<b>0.758</b>	0.505	0.344
X2.2	0.554	<b>0.846</b>	0.420	0.577
X2.3	0.313	<b>0.775</b>	0.605	0.404
X3.1	<b>0.900</b>	0.489	0.265	0.713
X3.2	<b>0.838</b>	0.431	0.278	0.611
X3.3	<b>0.853</b>	0.411	0.385	0.622
Y.1	0.686	0.500	0.323	<b>0.892</b>
Y.2	0.697	0.526	0.381	<b>0.914</b>
Y.3	0.657	0.542	0.422	<b>0.901</b>

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarkan hasil *cross loading*, terlihat bahwa setiap indikator menunjukkan nilai loading tertinggi pada variabel asalnya. Indikator X1.1 memiliki loading 0,831 pada variabel Kemudahan Penggunaan, lebih tinggi dibandingkan *loading*-nya pada Gaya Hidup Hedon (0,357), Kebutuhan (0,539), dan Minat (0,425). Pola yang sama

terjadi pada seluruh indikator. Ini menunjukkan bahwa indikator lebih mampu menggambarkan konstruk yang diukur dibandingkan konstruk lainnya. Dengan demikian, kriteria validitas diskriminan berdasarkan *cross loading* telah terpenuhi.

### Uji *Heterotrait-monotrait ratio* (HTMT)

Uji validitas terakhir uji validitas diskriminan dilakukan dengan melihat nilai *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT). Untuk menyatakan bahwa suatu model lulus uji validitas diskriminan, nilai HTMT harus lebih kecil dari 0,9 (Hair et al., 2018).

Tabel 6. Uji HTMT

Variabel	Gaya Hidup Hedon	Kebutuhan	Persepsi Kemudahan Penggunaan	Minat Penggunaan <i>Paylater</i>
Gaya Hidup Hedon				
Kebutuhan	0.626			
Kemudahan Penggunaan	0.408	0.788		
Minat Penggunaan <i>Paylater</i>	0.875	0.694	0.457	

Sumber: Data Primer, 2025

Semua nilai HTMT pada konstruk tercatat di bawah batas maksimum 0,90. Hubungan Gaya Hidup Hedon dengan Minat Penggunaan *Paylater* memiliki nilai HTMT 0,875, masih di bawah ambang batas. Hubungan Kebutuhan dengan Kemudahan Penggunaan bernilai 0,788, dan hubungan Kemudahan Penggunaan dengan Minat bernilai 0,457. Seluruh pasangan konstruk memiliki nilai HTMT kurang dari 0,90, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel sudah memenuhi kriteria validitas diskriminan dan tidak ada tumpang tindih antar konstruk.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Suatu konstruk dianggap reliabel jika nilai *Composite Reliability* lebih dari 0,7, dan nilai *Cronbach's Alpha* juga sebaiknya di atas 0,7.

Tabel 7. Uji Reliabilitas

	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite reliability (rho_a)</i>	<i>Composite reliability (rho_c)</i>
Gaya Hidup Hedon	0.830	0.838	0.898
Kebutuhan Finansial Fungsional	0.717	0.760	0.836
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0.911	0.917	0.931

Minat Penggunaan <i>Paylater</i>	0.886	0.887	0.930
----------------------------------	-------	-------	-------

Sumber: Data Primer, 2025

Setiap konstruk dianggap reliabel karena nilai *Composite Reliability*-nya melebihi 0,70. Pada Gaya Hidup Hedon memiliki CR sebesar 0,898, Kebutuhan Finansial Fungsional 0,836, Kemudahan Penggunaan 0,931, dan Minat Penggunaan *Paylater* 0,930. Nilai *Cronbach's Alpha* juga berada pada rentang yang baik, dengan nilai tertinggi pada variabel Kemudahan Penggunaan 0,911. Hasil ini menunjukkan bahwa semua indikator pada setiap variabel konsisten dalam mengukur konstruk yang relevan.

### Hasil Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Tahapan ini digunakan untuk menguji hubungan antar variabel ( $X_1, X_2, X_3$ , terhadap  $Y$ ) serta kekuatan dan arah hubungan tersebut.

### Uji *R Square*

Tabel 9. *R Square*

	<i>R-square adjusted</i>
Minat Penggunaan <i>Paylater</i>	0.611

Sumber: Data Primer, 2025

Nilai *R-square adjusted* untuk variabel Minat Penggunaan *Paylater* adalah 0,611 menunjukkan bahwa model penelitian tetap baik dan stabil meskipun mempertimbangkan jumlah variabel yang digunakan.

### Uji *Predictive Relevance (Q<sup>2</sup>)*

Prediksi relevansi digunakan untuk mengetahui seberapa baik model bisa memperkirakan nilai yang diamati. Uji ini dilakukan dengan metode blindfolding, yaitu memperhatikan nilai *Q-Square*. Jika *Q-Square* lebih besar dari 0, maka model dianggap mampu memprediksi dengan baik, sedangkan jika *Q-Square* lebih kecil dari 0, maka kemampuan prediksi model tidak cukup baik. Nilai *Q-Square* menunjukkan seberapa efektif model struktural dan estimasi parameter dalam menghasilkan nilai yang benar dan akurat.

Tabel 11. Uji *Q Square*

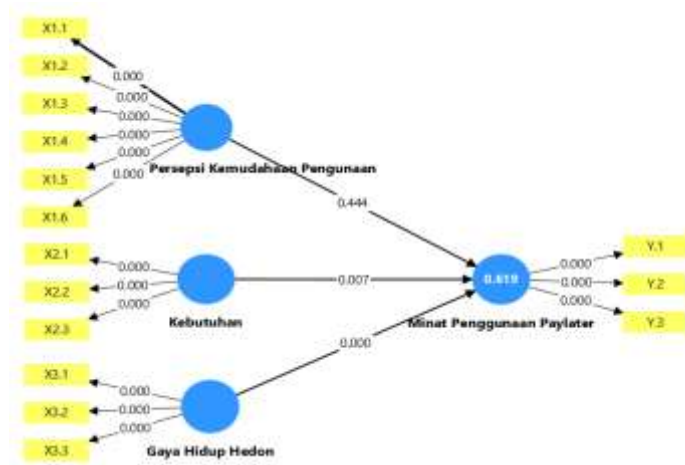
Variabel	$Q^2 (=1-SSE/SSO)$	Keterangan
Minat Penggunaan <i>Paylater</i>	0.595	Memiliki nilai <i>predictive relevance</i>

Sumber: Data Primer, 2025

Nilai  $Q^2$  untuk variabel Minat Penggunaan *Paylater* adalah 0,595, yang jauh diatas 0, artinya model memiliki kemampuan memprediksi yang cukup baik. Dengan nilai yang mendekati 0,60, model ini dapat dikategorikan memiliki *predictive relevance* yang kuat dalam memprediksi perilaku minat penggunaan layanan *Paylater*.

### Hasil Pengujian Hipotesis

Pengujian model struktural dilakukan untuk memahami hubungan antar variabel dalam penelitian. Proses ini dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak PLS,serta mengacu pada hasil berupa diagram atau nilai koefisien jalur. Hipotesis diuji secara langsung berdasarkan kriteria: apabila *p-value* < 0,05 dan T-statistik > 1,960, maka terdapat pengaruh signifikan antara variabel eksogen dan endogen.



Gambar 4. Model Struktur  
Sumber: Hasil Penelitian (2025)

Tabel 12. Pengujian Hipotesis

	<i>Original sample (O)</i>	<i>Sample mean (M)</i>	<i>Standard deviation (STDEV)</i>	<i>T statistics ( O/STDEV )</i>	<i>P values</i>
Gaya Hidup Hedon > Minat Penggunaan <i>Paylater</i>	0.616	0.618	0.054	11.408	0.000
Kebutuhan > Minat Penggunaan <i>Paylater</i>	0.227	0.227	0.084	2.700	0.007
Kemudahan Penggunaan > Minat Penggunaan <i>Paylater</i>	0.056	0.061	0.073	0.765	0.444

Sumber: Hasil Penelitian (2025)

Dalam PLS, pengujian statistik terhadap hubungan antar variabel dilakukan melalui simulasi menggunakan metode *bootstrapping* pada data sampel. Persamaan linier yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = 0.616X_1 + 0.227X_2 + 0.056X_3 + e$$

Dengan interpretasi sebagai berikut:

**Gaya Hidup Hedon ( $X_1$ )** berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan *Paylater* (Y) dengan koefisien sebesar 0,616 dan nilai *p-value*  $0,000 < 0,05$ . Artinya, semakin tinggi gaya hidup hedon, semakin tinggi minat mahasiswa menggunakan *Paylater*.

**Kebutuhan ( $X_2$ )** juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *Paylater*, dengan koefisien 0,227 dan *p-value*  $0,007 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan yang meningkat mendorong mahasiswa untuk menggunakan layanan *Paylater*.

**Kemudahan Penggunaan ( $X_3$ )** berpengaruh positif tetapi tidak signifikan, memiliki koefisien 0,056 dan *p-value*  $0,444 > 0,05$ . Dengan demikian, kemudahan penggunaan tidak memberikan pengaruh yang berarti terhadap minat penggunaan *Paylater* pada responden.

### **Pembahasan**

Hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan tingkat pengaruh masing-masing variabel terhadap Minat Penggunaan *Paylater*, di mana Gaya Hidup Hedon muncul sebagai faktor yang paling dominan. Variabel ini memiliki nilai koefisien sebesar 0,616 dengan nilai *T-statistic* 11,408 dan *p-value* 0,000, yang menandakan pengaruhnya sangat kuat dan signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kecenderungan gaya hidup hedonis mahasiswa, maka semakin tinggi pula minat mereka dalam menggunakan *Paylater*.

Dominasi variabel gaya hidup hedon dapat dijelaskan melalui perspektif *behavioral finance*, yang menyatakan bahwa keputusan keuangan individu sering kali dipengaruhi oleh dorongan psikologis dan pencarian kepuasan instan, bukan semata-mata pertimbangan rasional. Hasil jawaban responden menunjukkan skor tertinggi pada indikator ketertarikan membeli barang yang sedang tren. Hal ini menggambarkan bahwa mahasiswa yang cenderung konsumtif, mengikuti tren, serta mengutamakan kepuasan emosional lebih tertarik menggunakan *Paylater*. Temuan ini sejalan dengan penelitian Candika et al. (2025) yang menyatakan bahwa orientasi konsumtif dan pencarian kesenangan memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan *Paylater*. Selain itu, fitur pembayaran yang dapat ditunda memberikan persepsi kemudahan psikologis dalam memenuhi keinginan belanja, khususnya bagi Generasi Z yang memiliki gaya hidup serba cepat dan praktis (Husna et al., 2023). Oleh karena itu, *Paylater* dipersepsikan sebagai layanan yang fleksibel dan nyaman, sehingga sangat mendukung pola perilaku hedonis.

Selanjutnya, variabel Kebutuhan Finansial Fungsional juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan *Paylater*, dengan nilai koefisien sebesar 0,227, *T-statistic* 2,700, dan *p-value* 0,007. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kebutuhan finansial fungsional yang dirasakan mahasiswa, semakin tinggi pula minat mereka menggunakan *Paylater*. Berdasarkan jawaban responden, penggunaan *Paylater* paling banyak dipicu oleh kebutuhan yang bersifat mendesak, seperti kebutuhan akademik dan kebutuhan harian ketika dana belum tersedia.

Dalam perspektif *behavioral finance*, kondisi ini mencerminkan adanya rasionalitas terbatas, di mana individu mengambil keputusan keuangan berdasarkan tekanan situasional dan kondisi saat ini. Mahasiswa yang umumnya belum memiliki pendapatan tetap cenderung mencari alternatif pembiayaan yang fleksibel untuk memenuhi kebutuhan yang tidak dapat ditunda (Reddy & Nalliah, 2023). Hal ini diperkuat oleh Zahira & Bintoro (2025) yang menyatakan bahwa *Paylater* sering digunakan sebagai solusi keuangan jangka pendek oleh kelompok usia muda yang menghadapi keterbatasan arus kas. Dengan demikian, *Paylater* dipersepsikan sebagai alat bantu finansial yang memudahkan pemenuhan kebutuhan finansial fungsional.

Berbeda dengan dua variabel sebelumnya, Persepsi Kemudahan Penggunaan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap Minat Penggunaan *Paylater*. Hal ini terlihat dari nilai koefisien sebesar 0,056, *T-statistic* 0,765, dan *p-value* 0,444 yang berada di atas batas signifikansi. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi bukan merupakan faktor utama yang memengaruhi keputusan mahasiswa dalam menggunakan *Paylater*.

Dalam konteks *behavioral finance*, hasil ini dapat dijelaskan melalui karakteristik Generasi Z yang telah terbiasa dengan teknologi digital dan berbagai aplikasi keuangan. Kemudahan sistem dianggap sebagai hal yang standar, sehingga tidak lagi menjadi pertimbangan dominan dalam pengambilan keputusan (Subbarao et al., 2025). Dengan kata lain, mahasiswa tidak menggunakan *Paylater* karena aplikasinya mudah, melainkan lebih didorong oleh gaya hidup konsumtif dan kebutuhan finansial yang mereka hadapi.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat mahasiswa Universitas Dian Nuswantoro dalam menggunakan *Paylater* paling dominan dipengaruhi oleh Gaya Hidup Hedon, yang mencerminkan kecenderungan perilaku konsumtif, mengikuti tren, dan mengejar kepuasan instan. Temuan ini sejalan dengan perspektif *behavioral finance*, yang menjelaskan bahwa keputusan keuangan sering dipengaruhi oleh faktor psikologis dan preferensi jangka pendek. Selain itu, kebutuhan finansial fungsional juga berpengaruh signifikan, meskipun lebih rendah, yang menunjukkan bahwa *Paylater* dimanfaatkan sebagai solusi untuk memenuhi kebutuhan mendesak dan kebutuhan akademik ketika dana belum tersedia. Sementara itu, persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan, karena generasi Z telah terbiasa dengan teknologi digital sehingga kemudahan aplikasi bukan lagi faktor penentu utama.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menegaskan bahwa minat penggunaan *Paylater* lebih dipengaruhi oleh perilaku konsumtif dan kebutuhan finansial situasional dibandingkan aspek teknis sistem. Oleh karena itu, mahasiswa disarankan untuk menggunakan *Paylater* secara bijak dan melakukan pembayaran tepat waktu guna menghindari risiko denda, bunga, dan masalah keuangan di masa depan. Bagi penyedia layanan, diperlukan edukasi yang lebih jelas terkait limit, bunga, dan jatuh tempo agar pengguna dapat mengelola penggunaan *Paylater* secara lebih bertanggung jawab. Mahasiswa disarankan menggunakan *Paylater* secara bijak dengan memperhatikan kemampuan membayar dan melakukan pembayaran tepat waktu guna menghindari risiko bunga, denda, dan masalah keuangan di masa depan. Penyedia layanan *Paylater* juga diharapkan meningkatkan edukasi pengguna terkait limit, bunga, dan jatuh tempo melalui informasi yang lebih jelas dan mudah dipahami. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji faktor perilaku lain seperti, pengaruh teman sebaya, tekanan sosial, kontrol diri, dan literasi keuangan, serta memperluas objek penelitian agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adyaputri, E. (2025). *TRANSAKSI DIGITAL PAYLATER TERHADAP PERILAKU*. 15(1), 61–75. <https://doi.org/10.69879/jq7mdh93>
- Akhtar, F., Al-Amin Khan, M., Akbar Shaikh, A., & Fahad Alrasheedi, A. (2024). Interval valued inventory model for deterioration, carbon emissions and selling price dependent demand considering buy now and pay later facility. *Ain Shams Engineering Journal*, 15(3), 102563. <https://doi.org/10.1016/j.asej.2023.102563>
- Asja, H. J., Susanti, S., & Fauzi, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan *Paylater*: Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 2(4), 309–325. <https://doi.org/10.35912/jakman.v2i4.495>
- Barokah, I. (2020). Faktor Berkah dalam Pola Konsumsi dan Tingkat Kepuasan untuk Pemenuhan Kebutuhan. *AL-Muqayyad*, 3(2), 114–125. <https://doi.org/10.46963/jam.v3i2.179>
- Candika, Y. I., Riadi, F. S., Putri, E. L. H., & Bahtera, N. T. (2025). Kecenderungan penggunaan *Paylater* di kalangan mahasiswa: Peran perilaku konsumtif dan tekanan sosial. *Journal of Management and Digital Business*, 5(2), 685–702. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v5i2.1862>
- Chatterjee, S. and Goetz, J. (2018). Behavioral Finance. In Client Psychology, CFP Board (Ed.). <https://doi.org/10.1002/9781119440895.ch2>
- Chen, T., Marshall, B. R., Nguyen, N. H., & Visaltanachoti, N. (2024). What influences demand for Buy Now, Pay Later credit? *Economics Letters*, 242(June), 111857. <https://doi.org/10.1016/j.econlet.2024.111857>
- Costa-Feito, A., Bermúdez-González, G., Rodríguez-Santos, C., & Crespo-Melc6, P. (2025). Social media brand communication's influence on brand equity in the

- fashion industry: the effect of youths' hedonic expectations. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 1–18. <https://doi.org/10.1108/arla-12-2024-0352>
- Desmet, P., & Fokkinga, S. (2020). Beyond Maslow's Pyramid: Introducing a Typology of Thirteen Fundamental Needs for Human-Centered Design. *Multimodal Technologies and Interaction*, 4(3), 38. <https://doi.org/10.3390/mti4030038>
- Dermawan, R. (2024). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Penggunaan Sistem Pembayaran Pay Later. *Business Management Journal*, 2(2), 111857. <https://doi.org/10.1016/j.asej.2023.102563>
- Fajrussalam, H., Hartiani, D., & ... (2023). Analisis Pembayaran Paylater Dalam Aplikasi Shopee Menurut Perspektif Islam. *Attadib: Journal of ...*, 6(2), 265–290. <https://jurnalfai-uikabogor.org/index.php/attadib/article/view/1270>
- Fatin oktariani, N., Mahesa Candra Kerti, F., Aulia Rahmani, N., Zalva, S., & Hamidah, S. (2024). Hedonisme di Kalangan Mahasiswa: Eksplorasi Atas Pencarian Kenikmatan Instan Dalam Lingkungan Pendidikan Tinggi. *JURNAL SOSIAL Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 25(2), 90–94. <https://doi.org/10.33319/sos.v25i2.270>
- Guttman-Kenney, B., Firth, C., & Gathergood, J. (2023). Buy now, pay later (BNPL) ...on your credit card. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 37, 100788. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2023.100788>
- Husna, F., Tinggi, S., Islam, A., Bengkalis, N., & History, A. (2023). *Edueksos : Jurnal Pendidikan Sosial dan Ekonomi GET IT FAST , PAY IT LATER : ANALYSIS OF PAYLATER FEATURES AS A SUPPORT OF*. XII(01), 71–83. <https://doi.org/10.24235/edueksos.v12i01.13313>
- Ika, D., Jalantina, K., Minarsih, M. M., & Pandanaran, U. (2025). *ANALYSIS OF GENERATION Z CONSUMER BEHAVIOR IN THE DIGITAL ERA Universitas Pandanaran , Indonesia*. 10. <https://doi.org/10.54066/jbe.v10i1.503>
- Jaya, I., & Siregar, S. (2025). Kenapa Pembayaran Kredit Menjadi Pilihan Konsumen Modern? *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai (JIMS)*, 11(1), 81–88. <https://doi.org/10.24967/jims.v11i1.4109>
- Kartikasari, H., & Fauzi, I. (2025). Dilema Pengguna *Paylater* : Analisis Persepsi Kemudahan, Risiko, Dan Manfaat Dengan Kebutuhan Individu Sebagai Moderasi. *Among Makarti*, 18(1), 122. <https://doi.org/10.52353/ama.v18i1.850>
- Khasanah, R., & Ridwan, M. (2022). Tinjauan Hukum Islam tentang Transaksi E-Commerce Aplikasi Shopee dengan Metode *Paylater*. *Jurnal Indragiri Penelitian Multidisiplin*, 2(2), 123–131. <https://doi.org/10.58707/jipm.v2i2.205>
- Kumar, A., Salo, J., & Bezawada, R. (2024). The effects of buy now, pay later (BNPL) on customers' online purchase behavior. *Journal of Retailing*, xxxx. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2024.09.004>
- Kumar, P., Yadav, M., Ahlawat, P., Sharma, V., & Saini, M. (2025). Do financial

- socialization, financial behavior, and knowledge determine consumers' attitude and behavioral intention toward buy-now-pay-later (BNPL) usages? *Journal of Financial Regulation and Compliance*. <https://doi.org/10.1108/JFRC-11-2024-0237>
- Kuteesa, T. N., Kaawaase, T. K., Orobia, L. A., Nkote, I. N., Tumwine, S., & Mindra, R. K. (2025). Exploring a lived experience of a financially literate university student: a multi-theoretical perspective. *Qualitative Research in Financial Markets*. <https://doi.org/10.1108/QRFM-05-2024-0146>
- Lestari, S. K. B., Ernawati, M. T., & Pranatasari, F. D. (2023). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle Dan Sales Pormotion Terhadap Impulse Buying Pada E-Commerce Shopee. *Business Management Journal*, 19(2), 163–172. <http://dx.doi.org/10.30813/bmj.v19i2.4657>
- Magableh, K. N. Y., Badwan, N., Al-Nimer, M., Al-Khazaleh, S., Abdallah-Ou-Moussa, S., & Chen, Y. (2025). Role of financial technology (FinTech) innovations in driving sustainable development: a comprehensive literature review and future research avenues. *Journal of Science and Technology Policy Management*. <https://doi.org/10.1108/jstpm-02-2025-0033>
- Mahanum, M. (2021). Pengambilan Keputusan Dan Perencanaan Kebijakan. *Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Pendidikan*, 6(1), 154–163. <http://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/sabilarrasyad>
- Nurlaesa, N., & Ulfah, I. F. (2024, December). Analysis of Islamic Economic Perspectives on Shopee Paylater Transactions. In *Proceeding of The International Seminar on Business, Economics, Social Science and Technology (ISBEST)* (Vol. 4, No. 1).
- Nursaadha Rajuddin, W. O. ., & Azis Muthalib, D. (2022). ANALISIS KEBUTUHAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE DI KOTA KENDARI (STUDI KASUS PADA MAHASISWA PASCASARJANA UNIVESITAS HALU OLEO). *JIM : Journal Of International Management*, 1(02), 88–105. <https://doi.org/10.62668/jim.v1i02.500>
- Paulino, E. P., Aterrado, A. L., & Letrero, B. R. (2025). Impulse in motion: how hedonic behavior mediates the effect of online sales promotions on mobile apps shopping behavior. *Journal of Contemporary Marketing Science*, 8(1), 37–57. <https://doi.org/10.1108/jcmars-09-2024-0036>
- Puspitasari, D., & Trisnarningsih, S. (2025). Pengaruh Hedonistic Lifestyle dan Impulse Buying Terhadap Layanan Paylater dengan Literasi Keuangan Sebagai Pemoderasi . *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 7(1), 83–92. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v7i1.7884>
- Prasetyo, P., Priyantoro, P., & Daniar, K. (2024). Pengaruh Behavioral Finance terhadap Pengambilan Keputusan Investasi yang Dimoderasi oleh Literasi Keuangan (Pada Investor Saham di Jawa Timur). *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 7(3), 379 - 393. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v7i3.327>

- Retno Anjaswuri Erista, M. (2024). PENGARUH LINGKUNGAN SOSIAL DAN KEBUTUHAN TERHADAP MINAT penggunaan *Paylater*. *Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1), 11–21.
- Risukmasari, R. (2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berbelanja Konsumen Pada Penggunaan Fitur Shopee Pay Later. *Jurnal Sosial Teknologi*, 4(2), 101–108. <https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v4i2.1150>
- Rodiah Siti, & Inaya, M. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan , Kemanfaatan , Risiko , dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang Fakultas Ekonomi , Universitas Negeri Semarang , Indonesia Abstrak. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66–80. <http://e-journal.ivet.ac.id/index.php/jeee>
- Sanoesi, R. N. W. O., & Setiawan, H. (2022, October). Pengaruh persepsi kemudahan, manfaat, intensitas penggunaan, gaya hidup terhadap impulse buying pada pengguna Shopee *Paylater*. In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* (Vol. 4).
- Simiyu, N. N., Kumar, S. S., & Kivuyo, R. B. (2025). Exploring the influence of financial self-efficacy and facilitating conditions on intentions and actual borrowing in buy now, pay later services. *International Journal of Bank Marketing*, 43(8), 1705–1731. <https://doi.org/10.1108/IJBM-09-2024-0527>
- Skandalis, K. S. (2025). From credit fear to competitive edge: the interplay of entrepreneurship, FinTech and SME performance. *Journal of Economic and Administrative Sciences*. <https://doi.org/10.1108/JEAS-06-2025-0386>
- Subbarao, A., Khan, N., Siddika, A., Fathullah, M. A., Sanwani, M. A., Adam, F. F., Ferezagia, D. V., & Altamira, M. B. (2025). Digital Transformation in Higher Education: Enhancing Support Services Through Mobile Apps. *HighTech and Innovation Journal*, 6(2), 584-597. <https://doi.org/10.28991/HIJ-2025-06-02-015>
- Thirah, Mallarangan, K., & Dermawan, R. (2024). *Faktor Gaya Hidup Hedonis dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Generasi Z Menggunakan SPaylater di Surabaya*. 5(10), 3959–3969. <https://doi.org/1047467/elmal.v5i10.3005>
- Wafiq Fadillah, & Saida Zainurossalamia ZA. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Canva. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 2(2), 231–240. <https://doi.org/10.55123/mamen.v2i2.1808>
- Wajdi, M., Susanto, B., Sutiarto, M. A., & Hadi, W. (2024). Profile of generation Z characteristics: Implications for contemporary educational approaches. *Kajian Pendidikan, Seni, Budaya, Sosial Dan Lingkungan*, 1(1), 33–44. <https://doi.org/10.58881/kpsbsl.v1i1.8>
- Waluyo, Nurohman, Y. A., & Qurniawati, R. S. (2022). Buy Now, Pay Later: Apakah *Paylater* Mempengaruhi Pembelian Impulsif Generasi Muda Muslim? *Among Makarti*, 15(3), 319. <http://dx.doi.org/10.52353/ama.v15i3.338>

- Yafenia Putri Tirta Biru, & Mufti Arief Arfiansyah. (2025). Analisis Motif Tren *Paylater* pada Kalangan Anak Muda di Kota Solo dalam Perspektif Syariah. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 6(6), 1855–1874. <https://doi.org/10.47467/elmal.v6i6.7380>
- Yang, W., Riley, J. M., & Ellegood, W. A. (2025). Transactive memory systems in supply chain teams: role of lone wolf tendencies, technology ease of use and team collaboration. *Team Performance Management*, 31(3–4), 67–89. <https://doi.org/10.1108/TPM-02-2024-0023>
- Zahira, F. K & Bintoro, N. S. (2025). Analysis of Factors Affecting FEB UB Student's Shopee *Paylater* Consumption Behavior. *Contemporary Studies in Economic, Finance, and Banking*, 04(1), pp. 67-80. DOI: <http://dx.doi.org/10.21776/csefb.2025.04.1.06>