

## Analisis Motif Tren *PayLater* pada Kalangan Anak Muda di Kota Solo dalam Perspektif Syariah

Yafenia Putri Tirta Biru<sup>1</sup>, Mufti Arief Arfiansyah<sup>2</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Mas Said Surakarta

yafeniaputri01@gmail.com<sup>1</sup>, muftiarief@staff.uinsaid.ac.id<sup>2</sup>

### ABSTRACT

*The Indonesian government declares an increase in NPL of BNPL distribution to young people. This study aims to determine the effect of life needs, lifestyle, peer attachment, and sharia financial literacy on paylater usage decisions among young people in Solo. This study employs quantitative methodology, employing path analysis with SPSS version 27 as the data analysis tool. The research population consisted of Solo-domiciled Muslims aged 19-34 years who have used paylater at least once. Sourced the data used in this study using primary data obtained from distributing questionnaires to 100 respondents. The result of this study indicates that life needs, peer attachment, and sharia financial literacy all significantly improve the decision to use PayLater. Lifestyle, however, has no bearing on the decision to use PayLater. Despite this, the separate factors influence PayLater usage decisions at the same time.*

**Keywords:** *PayLater, Life Needs, Lifestyle, Peer Attachment, Sharia Financial Literacy*

### ABSTRAK

Pemerintah Indonesia menyatakan adanya peningkatan NPL dari penyaluran BNPL kepada anak muda. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kebutuhan hidup, gaya hidup, keterikatan teman sebaya, dan literasi keuangan syariah terhadap keputusan penggunaan *paylater* di kalangan anak muda di Solo. Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif dengan menggunakan analisis jalur (*path analysis*) dengan SPSS versi 27 sebagai alat analisis data. Populasi penelitian terdiri dari masyarakat muslim yang berdomisili di Solo berusia 19-34 tahun yang pernah menggunakan *paylater* minimal satu kali. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 100 responden. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kebutuhan hidup, keterikatan dengan teman sebaya, dan literasi keuangan syariah secara signifikan meningkatkan keputusan untuk menggunakan *paylater*. Namun, gaya hidup tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *paylater*. Meskipun demikian, faktor-faktor yang terpisah tersebut mempengaruhi keputusan penggunaan PayLater secara bersamaan.

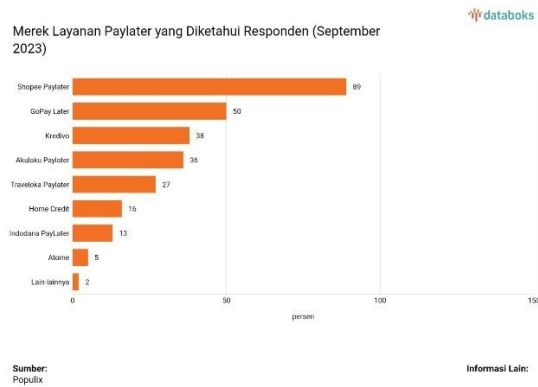
**Kata kunci:** *PayLater, Kebutuhan Hidup, Gaya Hidup, Kelekatan Teman Sebaya, Literasi Keuangan Syariah*

### PENDAHULUAN

Pada masa menuju masyarakat 5.0 saat ini diharapkan masyarakat dapat memanfaatkan berbagai terobosan yang berbeda dari era revolusi industri 4.0 untuk meningkatkan kualitas hidup manusia guna mengatasi berbagai kesulitan dan

permasalahan sosial (Cheumar & Yunita, 2022). Dengan kemajuan teknologi seperti ini, memberikan dampak yang sangat besar bagi berbagai aspek termasuk ekonomi. Masuknya informasi yang sangat cepat ke dalam suatu negara juga memengaruhi budaya masyarakatnya, termasuk gaya hidup masyarakat hingga perilaku konsumtif (Sebayang et al., 2023; Yusuf & Ar Rosyid, 2023). Kemajuan teknologi di era ini serta perkembangan zaman yang semakin cepat membuat orang dengan mudah mengakses apa yang dia inginkan (Devia SS & Putri, 2022). Tentunya hal ini memiliki dampak positif dan negatif dalam memengaruhi kehidupan sosio-ekonomi mereka. Dampak positifnya seperti orang dengan mudah mendapatkan berbagai informasi ilmu dan pengetahuan untuk meningkatkan kualitas hidupnya. Teknologi yang semakin maju membuat orang dengan mudah untuk memutar roda perekonomiannya di berbagai platform digital yang sangat memungkinkan terjadinya peningkatan lapangan pekerjaan. Di sisi lain, dampak negatif tidak dapat dilepaskan, seperti terjadinya perubahan tata nilai, sikap, dan gaya hidup yang kebarat-baratan serta adanya kesenjangan sosial hingga perilaku konsumtif sehingga salah satunya menyebabkan peningkatan angka pembiayaan atau kredit berupa *paylater* pada kalangan anak muda (Kholis & Ardiansyah, 2023; Novitasari & Suryandari, 2022)

Kompleksitas kehidupan semakin menjadi tantangan bagi peradaban modern. Kebutuhan untuk menjaga dan memenuhi gaya hidup tentu dipengaruhi oleh hal tersebut. Kesenjangan antara pemasukan dan pengeluaran inilah yang sering kali menimbulkan permasalahan dalam pemenuhan kebutuhan dan menjaga gaya hidup. Meskipun demikian, secara teori, biaya seharusnya lebih rendah daripada pendapatan. Oleh karena itu, kredit tersedia sebagai sarana bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya dalam bentuk produk *paylater* (Suryono et al., 2021). Menurut Azzahra et al. (2023) dalam kutipannya melalui Research Institute Socio-Economic Development terjadi peningkatan penggunaan produk *paylater* setelah periode Covid-19 yang terlihat pada maraknya platform yang menyediakan produk kredit digital dengan berbagai detail dan lingkup yang berbeda. Shopee Paylater sebagai aplikasi unggulan yang banyak diminati, disusul oleh GoPay Later, Kredivo, Akulaku Paylater, serta lainnya (Rena & Mbukanma, 2023; Sitepu & Fadila, 2024). Hal tersebut dapat dilihat pada data statistik layanan *paylater* pada periode September 2023 melalui Databoks.



**Gambar 1. Tren Produk *PayLater* yang Paling sering digunakan di Indonesia**

Berdasarkan statistika OJK dalam CNBC Indonesia oleh Mentari Puspadini (2025), anak muda berusia 19-34 tahun menjadi kelompok penyumbang kredit macet terbanyak termasuk dalam hal *paylater*. Bagi generasi muda, penggunaan produk keuangan digital sudah menjadi kebiasaan, seperti dompet digital, bank digital, *e-money*, hingga *paylater* (Jikrillah & Fadah, 2023). Kaum muda memanfaatkan “*buy now pay later*” untuk membeli produk-produk kecil yang bermanfaat. Seiring dengan perkembangan zaman, kebutuhan akan internet semakin krusial sehingga internet menjadi kebutuhan pokok (Pratika, 2021). Semakin tinggi tingkat konsumsi internet maka semakin tinggi tingkat harga yang ditawarkan, sehingga banyak masyarakat yang menggunakan layanan digital. Hal tersebut membuat layanan digital *paylater* semakin diminati dalam pembelian paket internet, tingginya pengguna paket internet menggunakan fitur *paylater* dapat dilihat dalam data statistik melalui Databoks dengan pengguna *paylater* dalam biaya pembelian internet menempati urutan pertama sebesar 48%, disusul dengan pembelian *fashion* seperti halnya pakaian yang menempati urutan kedua dengan persentase 48%, diikuti oleh pengeluaran bulanan dan lain-lainnya.

Seiring dengan kemudahan yang ditawarkan fitur-fitur *paylater*, mendorong masyarakat terutama anak muda menggunakan *paylater* dalam aspek pemenuhan kebutuhan sehari-hari (Hidayat et al., 2024). Hal tersebut membuat banyak anak muda, termasuk di Kota Solo, Jawa Tengah terlilit hutang dikarenakan tidak mampu melunasi transaksi *paylater*. Data tersebut dapat dilihat melalui data statistik Databoks dengan Provinsi Jawa Tengah menempati urutan kelima dengan jumlah hutang pinjaman *online* 3,99 triliun. Pada tahun 2024, pertumbuhan ekonomi di Kota Solo, Jawa Tengah, menunjukkan perkembangan yang positif terlihat pada catatan Bank Indonesia bahwa Kota Solo menunjukkan pertumbuhan ekonomi kisaran 5,6% hingga 5,9% di penghujung 2023 dan diprediksi akan tumbuh 5% hingga 5,1% di tahun 2024 berdasar *outlook* ekonomi nasional sehingga pertumbuhan ekonomi Kota Solo selalu di atas pertumbuhan ekonomi nasional. Didorong oleh berbagai sektor seperti perdagangan, pariwisata, dan industri kreatif, gaya hidup masyarakat Solo semakin modern dengan meningkatnya daya beli terutama di kalangan generasi

muda. Fenomena ini juga tercermin dari maraknya penggunaan layanan *paylater*, yang memudahkan masyarakat dalam berbelanja secara kredit tanpa menggunakan kartu kredit. Penggunaan *paylater* menjadi tren yang signifikan, terutama untuk pembelian barang elektronik, *fashion*, dan kebutuhan sehari-hari, sejalan dengan pertumbuhan ekonomi yang stabil dan peningkatan adopsi teknologi finansial di kota ini. Masyarakat Solo, terutama generasi muda, semakin terbiasa dengan gaya hidup yang didukung oleh kemudahan teknologi, menjadikan *paylater* sebagai salah satu alat pembayaran pilihan.

*Paylater* menjadi suatu produk populer yang dihasilkan oleh industri dengan basis teknologi saat ini di bidang perekonomian. Fenomena maraknya pembiayaan berupa pinjaman *online* atau kredit di kalangan remaja bukan karena kebetulan. Bahkan dikatakan dalam data yang tercatat di OJK bahwa jumlah kredit macet yang terus melonjak seiring dengan peningkatan peminjam di kalangan anak muda yang terpapar dalam data bahwa tingkat kredit macet berdasarkan usia 19 tahun hingga 34 tahun per Maret 2024 sebesar Rp726,63 miliar dari *outstanding* pinjaman macet sebesar Rp1,37 triliun dalam periode lebih dari sembilan puluh hari, kemudian disusul dengan peningkatan 33,64 persen YoY menjadi sebesar Rp6,81 triliun per Mei 2024. Banyak faktor yang dapat dikaji untuk mengetahui dasar penyebab fenomena yang marak ini (Fitriyah & Nadlifatin, 2024). Menurut data BPS pada Mei 2024, Kota Solo memiliki Pendapatan Asli Daerah tercatat Rp681,89 miliar pada tahun 2023 dan kota ini mendapat peringkat ketiga termahal setelah Semarang dan Salatiga dalam kategori biaya hidup berdasarkan data BPS. Fakta ini menampilkan, tingginya gaya hidup di Kota Solo berimbas kepada tren perekonomian, termasuk pada kalangan termasuk anak muda yang terjerat pinjaman *online* seperti *paylater*. Dengan demikian, hal ini berefek pula terhadap gaya hidup dan perekonomian di kota tersebut sehingga banyak anak muda dengan rentang usia 19 hingga 34 tahun terdorong menggunakan *paylater*.

Keputusan pembelian dan penggunaan jasa keuangan merupakan bagian dari perilaku konsumen dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan. Keputusan pembelian oleh konsumen dikemukakan oleh Kotler (2005) dalam jurnal penelitian Cesariana et al. (2022) menyatakan bahwa “Keputusan pembelian merupakan sesuatu proses penyelesaian permasalahan yang mencakup mulai dari mengkaji kebutuhan serta kemauan, pencarian data, evaluasi sumber- sumber pemilahan terhadap opsi pembelian, melakukan keputusan pembelian, dan perilaku sesudah pembelian.” Menggunakan *Theory of Planned Behaviour* oleh Ajzen, model niat yang diakui secara luas yang secara akurat memprediksi perilaku manusia dalam berbagai kondisi. Menurut *Theory of Planned Behaviour* (TPB) Ajzen (1991), perilaku manusia terutama didorong oleh niat perilaku, yang dikendalikan oleh sikap atau ATB (*Attitude Toward Behaviour*), norma subjektif (*Subjective Norm*), dan kontrol perilaku yang dipersepsikan atau PBC (*Perceived Behaviour Control*) (Dani Sartika, 2020). Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh Kebutuhan

Hidup, Gaya Hidup, Kelekatan Teman Sebaya, dan Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Penggunaan *Paylater*.

Kebutuhan senada dengan keinginan, yakni ditentukan oleh konsep kepuasan yang diperlukan individu untuk memenuhi kepuasan dan kemakmuran hidupnya, baik secara rohani maupun jasmani. Dalam teori konvensional, kebutuhan didasarkan pada konsep kepuasan yang bersifat subjektif. Merujuk pada Maslow (1943) kebutuhan dasar hidup diuraikan dalam hierarki kebutuhan : kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman, kebutuhan cinta dan rasa memiliki, kebutuhan penghargaan, dan kebutuhan aktualisasi diri. Dalam perspektif Islam, kebutuhan harus didasarkan pada *maqasid syariah* atau tujuan syariah yang sesuai konsep *maslahah*, yakni pemenuhan kebutuhan yang mengandung tujuan kehidupan manusia di dunia yang berorientasi akhirat untuk mencapai kesejahteraan manusia atau *maslahat al-'ibad* yang perolehannya didasarkan nilai-nilai syariah. As-Syatibi, ilmuan Islam mengatakan kebutuhan menurut Islam atau *maslahah* didasari oleh kebutuhan dasar, seperti *daririyah* (kebutuhan), *hajjiyyah* (pelengkap), dan *tahsiniyyah* (perbaikan) (Zainur, 2020).

Gaya hidup berkaitan dengan bagaimana seseorang memutuskan untuk menggunakan pendapatannya dalam berbagai pilihan produk, layanan, dan opsi yang tersedia. Oleh karena itu, gaya hidup mencerminkan pola konsumsi yang berbeda-beda dari setiap individu dalam membagi pengeluaran hidupnya (Paramitalaksmi et al., 2023). Menurut Mowen dan Minor (2002) dalam penelitian L. Supardin (2022) gaya hidup menggambarkan cara hidup seseorang, yang diidentifikasi melalui cara seorang individu menghabiskan waktu (aktivitas), hal yang dianggap penting dalam lingkungan seorang individu (minat), dan pandangan (opini) seorang individu terhadap diri serta dunia sekitar mereka.

Kelekatan menurut Armsden & Greenberg (1987) adalah perasaan lekat dengan intensitas yang lama serta dijelaskan oleh Perry (2001) dalam Apria Dalifa (2021) bahwa kelekatan melibatkan perasaan senang, saling nyaman dan aman antar individu dalam sebuah ikatan. Anak muda yang memiliki kelekatan terhadap teman sebayanya mampu secara baik dalam bekerja sama dan mengatasi masalah ketika sedang kebingungan. Adanya kelekatan teman sebaya yang aman ini, remaja mampu saling membagi pemikiran dan emosi baik maupun buruk dengan komunikasi (Tyara Septiana Putri & Resnia Novitasari, 2017). Teman sebaya juga dapat menjadi kelompok referensi bagi seorang individu. Dalam penelitian L. Supardin (2022), Kotler dan Keller (2009) menjelaskan bahwa kelompok referensi adalah seseorang yang memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Fungsi teman sebaya dalam mempengaruhi keputusan pembelian seseorang, berperan sebagai model sosial atau panutan, menjadi objek perbandingan perilakunya, dan berperan sebagai kritikus yang sangat rentan terhadap pengaruh (Gunawan et al., 2023).

Literasi keuangan adalah sebuah ilmu pengetahuan yang memuat kemampuan serta keyakinan seorang individu untuk dapat mengelola keuangan dengan baik guna mencapai kesejahteraan finansial, sehingga semakin baik tingkat literasi keuangan maka semakin rendah pula seorang individu bertindak pembelian kompulsif (Alhakim et al., 2023a). Berdasarkan aspek OECD (Organization for Economic Co-Operation And Development) dalam penelitian Martdian Ratna Sari (2021), literasi keuangan memiliki tiga komponen besar seperti pengetahuan keuangan, perilaku keuangan, dan sikap keuangan. Pemahaman literatur terhadap pengetahuan produk *paylater* ini merupakan hal yang sangat krusial, mengingat bahwa produk *paylater* adalah produk keuangan berupa sistem cicilan, kredit ataupun pembiayaan yang harus bijak dalam penggunaannya. *Paylater* yang tidak mengandung riba dan berdasarkan akad *qardh* dapat diperbolehkan, tetapi praktik pelaksanaannya harus memenuhi syarat dan ketentuan yang sah dalam hukum jual beli Islam (Mardian, 2019). Namun, ganti rugi atau *ta'widh* diperbolehkan dikenakan kepada nasabah atas kerugian riil yang dialami oleh Lembaga Keuangan Syariah (LKS) berdasarkan Fatwa No. 43/DSN- MUWIII/2004 (Sigi Putri Davni dan Fernanda Sayyidatina, 2022).

Pada penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Ramadhan Jaya Saputra & Sudarwanto (2023) dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan, dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Paylater Masyarakat Kota Surabaya” menemukan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dalam kutipannya, gaya hidup memengaruhi perilaku konsumsi dan pilihan konsumsi seorang individu dalam memilih produk, layanan, dan aktivitas tertentu. Dalam penelitian lain yang dilakukan oleh Namira Nurul Alhakim et al. (2023) alasan utama responden menggunakan *paylater* adalah untuk membeli kebutuhan mendesak ketika uang terbatas. Selain itu, variabel literasi finansial yang dicerminkan pada sub variabel sikap finansial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *paylater misuse*. Namun, pada penelitian Septianingsih et al. (2024) bahwa literasi keuangan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *paylater* dalam produk Shopee Paylater. Berdasarkan penemuan sebelumnya yang dilakukan oleh Nur & Dewanto (2022) mengemukakan bahwa “Norma subjektif berpengaruh positif signifikan terhadap niat perilaku dengan nilai koefisien 0,292 dan p-value 0,037. Semakin besar pengaruh orang terdekat seperti keluarga atau teman tentang pentingnya menggunakan fasilitas *paylater*, maka semakin tinggi pula kemungkinan responden untuk menggunakan aplikasi tersebut saat berbelanja *online*.”

Kebaharuan penelitian ini terletak pada pendekatan yang berbeda serta perspektif Islam dalam mengkaji celah dan inkonsistensi penelitian sebelumnya untuk mengetahui faktor-faktor yang mendorong anak muda muslim menggunakan *paylater* konvensional. Berdasarkan uraian masalah dan fenomena yang telah dijelaskan, dirumuskan hipotesis sebagai berikut : (H1) Kebutuhan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *paylater*, (H2) Gaya hidup berpengaruh terhadap

keputusan penggunaan *paylater*, (H3) Kelekatan teman sebaya berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *paylater*, (H4) Literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *paylater*.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independen yakni Pemenuhan Kebutuhan Hidup (X1), Gaya Hidup (X2), Kelekatan Teman Sebaya (X3), dan Literasi Keuangan Syariah (X4) terhadap variabel dependen Keputusan Penggunaan *Paylater* (Y). Penelitian kuantitatif ini meliputi pengolahan data, perhitungan data, mendeskripsikan data, dan menguji hipotesis menggunakan *software* SPSS versi 27 (Arfiansyah, 2020). Populasi dalam penelitian ini adalah anak muda muslim, berdomisili di Kota Solo dalam kelompok usia 19 hingga 34 tahun yang pernah atau sedang menggunakan *paylater*. Oleh karena jumlah sampel tidak dapat diketahui dengan pasti, maka jumlah sampel yang akan dijadikan responden ditentukan dengan menggunakan rumus Lemeshow sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 P(1 - P)}{d^2}$$

n = sampel yang dibutuhkan

Z = nilai Z-score berdasarkan tingkat kepercayaan (misal 95% = 1,96)

P = proporsi populasi yang diharapkan memiliki karakteristik tertentu (jika tidak diketahui biasanya digunakan 0,5)

d = *margin of error* (dalam desimal, jadi 10%=0,1)

Dalam penelitian ini, interval kepercayaan menggunakan 95% sehingga nilai Z adalah 1,96 dengan *margin of error* 10% sehingga dari penjelasan tersebut didapatkan jumlah 96 responden, namun ukuran sampel dibulatkan menjadi 100 responden untuk mengurangi kesalahan dalam pengisian kuesioner. Pengambilan data secara *offline* dalam penelitian ini menggunakan kuesioner *online* dan *offline* melalui angket dan *link* Google Form dengan memilih salah satu jawaban di setiap pertanyaan yang diberikan, sehingga peneliti memperoleh data pada jawaban responden. Menggunakan skala Likert dengan interval 1-5 dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju dan akan diuji validitas dan reliabilitas. Analisis data menggunakan uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heterokedastisitas. Pengujian hipotesis meliputi uji koefisien determinasi, uji F, dan uji T. Variabel penelitian di penelitian ini ialah aktivitas yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.142	2.501		2.056	.043		
	Total_X1	.233	.075	.256	3.105	.003	.873	1.146
	Total_X2	.050	.069	.063	.729	.468	.788	1.269
	Total_X3	.326	.099	.284	3.277	.001	.789	1.267
	Total_X4	.207	.051	.340	4.097	<.001	.861	1.161

a. Dependent Variable: Total\_Y

**Gambar 2. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda**

Berdasarkan **Gambar 2** di atas, diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut.

$$Y = \alpha + b_1.x_1 + b_2.x_2 + b_3.x_3 + b_4.x_4 + et$$

$$Y = 5,142 + 0,233X_1 + 0,050X_2 + 0,326X_3 + 0,207X_4$$

Dari persamaan di atas, dapat diartikan :

- a. Nilai *constant* sebesar 5,142 yakni keadaan ketika variabel keputusan penggunaan *paylater* belum dipengaruhi variabel kebutuhan hidup, gaya hidup, dan literasi keuangan syariah. Variabel keputusan tidak akan berubah ketika variabel independen tidak ada.
- b. Nilai koefisien regresi X1 sebesar 0,233 menunjukkan bahwa variabel kebutuhan hidup memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *paylater*, berarti setiap kenaikan satu satuan variabel kebutuhan hidup akan memengaruhi keputusan penggunaan *paylater* sebesar 0,233.
- c. Nilai koefisien regresi X2 sebesar 0,050 menunjukkan bahwa variabel gaya hidup memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *paylater*, berarti setiap kenaikan satu satuan variabel kebutuhan hidup akan memengaruhi keputusan penggunaan *paylater* sebesar 0,050.
- d. Nilai koefisien regresi X3 sebesar 0,326 menunjukkan bahwa variabel kelekatan teman sebaya memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *paylater*, berarti setiap kenaikan satu satuan variabel kebutuhan hidup akan memengaruhi keputusan penggunaan *paylater* sebesar 0,326.
- e. Nilai koefisien regresi X4 sebesar 0,207 menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan syariah sebaya memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *paylater*, berarti setiap kenaikan satu satuan variabel kebutuhan hidup akan memengaruhi keputusan penggunaan *paylater* sebesar 0,207.

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.64232595	
Most Extreme Differences	Absolute	.062	
	Positive	.062	
	Negative	-.046	
Test Statistic		.062	
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.200 <sup>d</sup>	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>e</sup>	Sig.	.442	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.430
		Upper Bound	.455

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.
- e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

**Gambar 3. Hasil Uji Normalitas**

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov, data terdistribusi normal apa bila nilai signifikansi lebih dari 0,05 dan sebaliknya. Diketahui melalui **Gambar 3** bahwa nilai signifikansi 0,200 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.142	2.501		2.056	.043		
	Total_X1	.233	.075	.256	3.105	.003	.873	1.146
	Total_X2	.050	.069	.063	.729	.468	.788	1.269
	Total_X3	.326	.099	.284	3.277	.001	.789	1.267
	Total_X4	.207	.051	.340	4.097	<.001	.861	1.161

a. Dependent Variable: Total\_Y

**Gambar 4. Hasil Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas melihat *tolerance value* dan nilai VIF (*variance inflation factor*). Jika *tolerance value* lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10 maka dikatakan bahwa model regresi bebas dari multikolinearitas. Berdasarkan **Gambar 4**, diketahui nilai VIF adalah 1,146 (X1), 1,269 (X2), 1,267 (X3), dan 1,161 (X4) yang berarti di bawah 10 serta *tolerance value* adalah 0,873 (X1), 0,788 (X2), 0,789 (X3), dan 0,861 (X4) di atas 0,1. Maka data penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

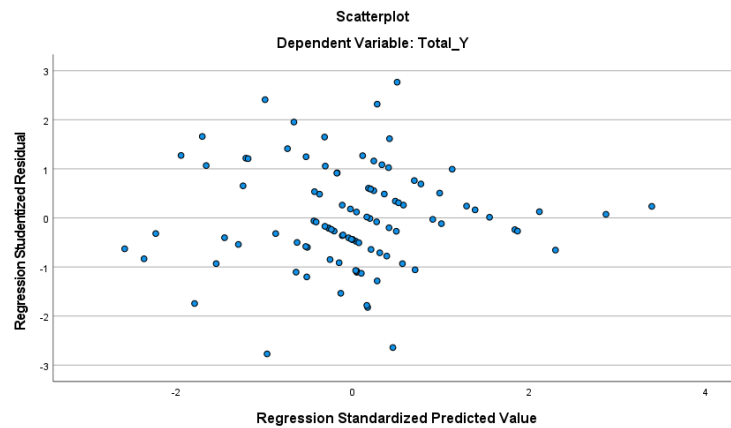
**Correlations**

		Total_X1	Total_X2	Total_X3	Total_X4	Total_Y	
Spearman's rho	Total_X1	Correlation Coefficient	1.000	.209*	.253*	.344**	.421**
		Sig. (2-tailed)		.037	.011	<.001	<.001
		N	100	100	100	100	100
Total_X2	Total_X2	Correlation Coefficient	.209*	1.000	.423**	.373**	.318**
		Sig. (2-tailed)	.037		<.001	<.001	.001
		N	100	100	100	100	100
Total_X3	Total_X3	Correlation Coefficient	.253*	.423**	1.000	.237*	.370**
		Sig. (2-tailed)	.011	<.001		.018	<.001
		N	100	100	100	100	100
Total_X4	Total_X4	Correlation Coefficient	.344**	.373**	.237*	1.000	.437**
		Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.018		<.001
		N	100	100	100	100	100
Total_Y	Total_Y	Correlation Coefficient	.421**	.318**	.370**	.437**	1.000
		Sig. (2-tailed)	<.001	.001	<.001	<.001	
		N	100	100	100	100	101

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Gambar 5. Hasil Uji Heterokedastisitas**



**Gambar 6. Hasil Uji Heterokedastisitas**

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS versi 27

Berdasarkan uji heterokedastisitas menggunakan uji Spearman's Rho dengan melihat nilai korelasi dan nilai Sig. (2-tailed). Sehingga berdasarkan **Gambar 5** dapat diartikan bahwa X1 bernilai 0,421, X2 bernilai 0,318, X3 bernilai 0,370, dan X4 bernilai 0,437 sehingga menyatakan hubungan yang cukup kuat serta nilai Sig. (2-tailed) adalah <0,001 lebih kecil dari 0,05 menyatakan adanya hubungan signifikan. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas dalam data penelitian ini. Berdasarkan **Gambar 6**, uji heterokedastisitas menggunakan *Scatterplot* dengan menginput variabel residual STRESID pada sumbu Y dan variabel prediksi ZPRED pada variabel X menunjukkan hasil titik-titik yang menyebar tidak membentuk pola tertentu sehingga model regresi dinyatakan layak digunakan terbebas dari heterokedastisitas.

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.661 <sup>a</sup>	.436	.413	1.677

a. Predictors: (Constant), Total\_X4, Total\_X3, Total\_X1, Total\_X2

b. Dependent Variable: Total\_Y

**Gambar 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Berdasarkan data pada **Gambar 7**, diperoleh nilai *adjusted R<sup>2</sup>* adalah 0,436 menjelaskan bahwa variabel kebutuhan hidup, gaya hidup, kelekatan teman sebaya, dan literasi keuangan syariah kuat dalam memprediksi hasil terhadap variabel keputusan penggunaan *paylater* yakni sebesar 43,6%. Nilai *adjusted R<sup>2</sup>* menunjukkan bahwa ketepatan model pengaruh variabel-variabel independen tersebut terhadap variabel dependen sebesar 43,% sedangkan sisanya 56,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	206.684	4	51.671	18.383	<.001 <sup>b</sup>
	Residual	267.026	95	2.811		
	Total	473.710	99			

a. Dependent Variable: Total\_Y

b. Predictors: (Constant), Total\_X4, Total\_X3, Total\_X1, Total\_X2

**Gambar 8. Hasil Uji F (simultan)**

Hasil *output* pada **Gambar 8** di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh X1, X2, X3 dan X4 secara bersama-sama(simultan) terhadap Y yakni <0,001 < 0,05 dan nilai F tabel adalah 2,70 sehingga nilai F hitung 18,383 > F tabel 2,70. Sehingga, diartikan bahwa kebutuhan hidup, gaya hidup, dan literasi keuangan syariah secara simultan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *paylater*.

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.142	2.501		2.056	.043		
	Total_X1	.233	.075	.256	3.105	.003	.873	1.146
	Total_X2	.050	.069	.063	.729	.468	.788	1.269
	Total_X3	.326	.099	.284	3.277	.001	.789	1.267
	Total_X4	.207	.051	.340	4.097	<.001	.861	1.161

a. Dependent Variable: Total\_Y

**Gambar 9. Hasil Uji T (parsial)**

Diketahui t tabel sebesar 1,984, sehingga dapat dijelaskan melalui **Gambar 9** bahwa variabel kebutuhan hidup (X1) dengan nilai t hitung sebesar 3,105, variabel kelekatan teman sebaya (X3) dengan nilai t hitung 3,277, dan variabel literasi keuangan syariah (X4) dengan nilai t hitung 4,097 lebih besar dari t tabel, sehingga hipotesis diterima. Sedangkan perolehan t hitung variabel gaya hidup (X2) sebesar 0,729 lebih kecil dari t tabel dengan nilai signifikansi 0,468 lebih besar dari 0,05 sehingga hipotesis ditolak.

## Pembahasan

### 1. Pengaruh kebutuhan hidup (X1) terhadap keputusan penggunaan *paylater* (Y)

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kebutuhan hidup memiliki t hitung sebesar  $3,105 > 1,984$  dan nilai sig sebesar  $0,003 < 0,05$ . Maka dari hasil tersebut,  $H_1$  diterima sehingga variabel kebutuhan hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *paylater* pada kalangan anak muda di Kota Solo. Pengaruh positif dapat dilihat dari nilai  $\beta$  sebesar 0,233 sehingga jika variabel kebutuhan hidup naik sebesar satu satuan akan meningkatkan pengaruh keputusan penggunaan *paylater* sebesar 0,233.

Hal ini mengindikasikan bahwa anak muda muslim di Kota Solo dalam memutuskan menggunakan *paylater* mempertimbangkan faktor pemenuhan kebutuhan hidup. Hasil kuesioner menggunakan apek dari Abraham H. Maslow menunjukkan bahwa mayoritas responden menyetujui pernyataan bahwa pendapatan mereka kerap kurang dalam memenuhi kebutuhan hidup dan adanya rasa tidak aman terhadap keuangan mereka. Namun, mereka juga memiliki ekspektasi standar hidup yang mereka inginkan sehingga mereka berusaha untuk memenuhi ekspektasi standar tersebut. Responden yang terdesak untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, mereka cenderung memiliki peluang yang lebih tinggi dalam menggunakan layanan *paylater* sebagai jalan keluar instan atas permasalahan tersebut.

Didukung oleh Leon G. Schiffman & Joseph Wisenblit (2015) dalam teori perilaku konsumen bahwa kebutuhan hidup mempengaruhi keputusan konsumsi seseorang termasuk menggunakan produk keuangan *paylater*. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anjaswuri & Mulyani (2024). Penelitian tersebut menjelaskan bahwa variabel kebutuhan memberi pengaruh positif dan signifikan pada keinginan penggunaan *paylater*. Penelitian lain yang dilakukan oleh Amelia et al. (2023) juga menjelaskan bahwa mahasiswa menggunakan layanan *paylater* terutama untuk memenuhi kebutuhan sehari – hari, khususnya dalam hal pembelian barang dan jasa yang mendesak.

## **2. Pengaruh gaya hidup (X2) terhadap keputusan penggunaan *paylater* (Y)**

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel gaya hidup memiliki t hitung sebesar  $0,729 < 1,984$  dan nilai sig sebesar  $0,468 > 0,05$ . Maka dari hasil tersebut,  $H_2$  ditolak sehingga variabel gaya hidup tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan penggunaan *paylater* pada kalangan anak muda di Kota Solo. Temuan ini menarik perhatian karena pada penelitian sebelumnya banyak menunjukkan bahwa gaya hidup kerap kali menjadi salah satu prediktor kuat dalam menentukan pola konsumsi, termasuk dalam penggunaan layanan digital seperti *paylater*.

Secara umum, gaya hidup mempengaruhi perilaku konsumtif pembelian maupun penggunaan produk keuangan yang sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bila & Marlina (2024) bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam pembelian pengguna Shopee Paylater. Namun, hasil penelitian yang dilakukan oleh Restike et al. (2024) bahwa gaya hidup tidak berpengaruh terhadap penggunaan Shopee Paylater pada Gen Z. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian ini yang dilakukan pada kalangan anak muda muslim di Kota Solo yang mana faktor gaya hidup tidak berpengaruh karena faktor pemenuhan kebutuhan yang lebih dominan serta pada era digital dan media sosial perbedaan gaya hidup semakin tipis. Dalam buku *Consumer Behavior* oleh Leon G. Schiffman & Joseph Wisenblit (2015), pengukuran gaya hidup tidak selalu dapat memprediksi perilaku pembelian aktual karena faktor situasional dan kontekstual mengesampingkan referensi.

Dalam penelitian ini melalui aspek Mowen dan Minor yakni opini, minat, dan aktivitas yang tercermin dalam aspek Lina dan Rasyid (1997) dan Budiarti (2016), responden menilai melalui seberapa sering aktivitas mereka dihabiskan untuk membeli barang atau sekadar melihat-lihat di *e-commerce* dengan motif impulsif, berlebihan, irasional, dan minat akan suatu merek tertentu serta ketakutan akan tertinggal tren saat itu.

## **3. Pengaruh kelekatan teman sebaya (X3) terhadap keputusan penggunaan *paylater* (Y)**

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kelekatan teman sebaya memiliki  $t$  hitung sebesar  $3,277 > 1,984$  dan nilai sig sebesar  $0,001 < 0,05$ . Maka Justisia (2022) dari hasil tersebut,  $H_0$  ditolak sehingga variabel kelekatan teman sebaya berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *paylater* pada kalangan anak muda di Kota Solo. Pengaruh positif dapat dilihat dari nilai  $\beta$  sebesar  $0,326$  sehingga jika variabel kebutuhan hidup naik sebesar satu satuan akan meningkatkan pengaruh keputusan penggunaan *paylater* sebesar  $0,326$ .

Dalam penelitian ini mengemukakan bahwa dalam mengambil sebuah keputusan menggunakan suatu produk keuangan *paylater*, teman sebaya memiliki pengaruh positif dalam memengaruhi seseorang memutuskan menggunakan *paylater* pada anak muda muslim di Kota Solo. Mereka mempertimbangkan pendapat dari teman terdekatnya. Menurut Armsden dan Greenberg (1987), kelekatan dapat diukur dengan rasa percaya, komunikasi, dan keterasingan. Berdasarkan hasil yang disetujui responden, teman sebaya dapat memberikan informasi serta saran yang tepat bagi responden dalam memilih suatu produk keuangan. Responden juga merasa nyaman dan aman apabila teman dekatnya menggunakan produk keuangan yang sama. Responden yang sering berinteraksi sehingga memiliki hubungan dekat dengan teman yang menjadi panutan, mereka akan cenderung meniru pola konsumsi termasuk pada penggunaan produk keuangan *paylater*. Hal ini merupakan contoh nyata dari *peer influence through emotional closeness* atau pengaruh teman melalui kedekatan emosional (Leon G. Schiffman & Joseph Wisenblit, 2015).

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Amelia et al. (2023) bahwa “penggunaan *PayLater* yang di pengaruhi oleh lingkungan sosial dan pengaruh teman sebaya, di mana mahasiswa cenderung mengadopsi layanan ini jika melihat teman-teman mereka juga menggunakannya” serta penelitian Nur & Dewanto (2022) bahwa minat responden dalam menggunakan aplikasi *paylater* dipengaruhi oleh orang-orang terdekatnya. Justisia (2022) mengungkapkan bahwa variabel teman sebaya memberikan sumbangan positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Silvy et al. (2023) mengemukakan bahwa adanya hubungan positif signifikan pada kelekatan teman sebaya dengan perilaku konsumtif pengguna Tiktok Shop.

#### **4. Pengaruh literasi keuangan syariah (X4) terhadap keputusan penggunaan *paylater* (Y)**

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kebutuhan hidup memiliki  $t$  hitung sebesar  $4,097 > 1,984$  dan nilai sig sebesar  $<0,001 < 0,05$ . Maka dari hasil tersebut,  $H_0$  ditolak sehingga variabel literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *paylater* pada kalangan anak muda di Kota Solo. Pengaruh positif dapat dilihat dari nilai  $\beta$  sebesar  $0,207$  sehingga jika variabel kebutuhan hidup naik sebesar satu satuan akan meningkatkan pengaruh keputusan penggunaan *paylater* sebesar  $0,207$ .

Dalam penelitian ini, literasi keuangan syariah memiliki peran dalam memengaruhi anak muda di Kota Solo dalam memutuskan menggunakan *paylater*. Didukung oleh Leon G. Schiffman & Joseph Wisenblit (2015) bahwa beberapa konsumen mempertimbangkan aspek etis, salah satunya adalah kepatuhan agama sebelum melakukan pembelian. Dalam bukunya, konsumen berbeda dalam persepsi risiko salah satunya risiko keuangan yang sangat signifikan dalam pembelian yang melibatkan tingkat kelibatan tinggi. Menurut aspek OECD (Organization for Economic Cooperation and Development), literasi keuangan dapat diukur melalui pengetahuan keuangan, perilaku keuangan, serta sikap keuangan. Dalam konteks syariah, responden yang belum terliterasi keuangan syariah, memiliki peluang lebih besar untuk menggunakan *paylater* secara berulang. Berdasarkan hasil penelitian, mereka menyetujui bahwa kurangnya pemahaman dan penerapan mengenai keuangan syariah, prinsip-prinsip Islam dalam keuangan seperti adanya riba, serta mereka cenderung memilih produk keuangan konvensional.

Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati & Mirati (2022) bahwa literasi keuangan memiliki hubungan positif terhadap perilaku konsumtif pada pengguna Shopee Paylater pada generasi Millennial. Penelitian Dwiwansi et al. (2023) bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *PayLater* di *E-Commerce*.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa kebutuhan hidup, gaya hidup, kelekatan teman sebaya, dan literasi keuangan syariah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan anak muda Kota Solo dalam menggunakan *paylater*. Hal-hal tersebut dapat menjawab celah pada penelitian sebelumnya. Temuan ini menegaskan bahwa keputusan penggunaan *paylater* merupakan hasil interaksi kompleks antara berbagai faktor psikologis, sosial, dan ekonomi yang membentuk perilaku konsumen. Namun, hasil analisis parsial gaya hidup tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *paylater* di Kota Solo. Temuan ini menarik perhatian karena pada penelitian sebelumnya banyak menunjukkan bahwa gaya hidup kerap kali menjadi salah satu prediktor kuat dalam menentukan pola konsumsi, termasuk dalam penggunaan layanan digital seperti *paylater*. Ketidaksesuaian ini memberikan peluang untuk mendalami konteks lokal yang lebih spesifik di Kota Solo.

Penelitian ini memiliki implikasi untuk pemerintah, penyedia layanan dan *merchant*. Pemerintah harus bisa lebih fokus terhadap penyejahteraan masyarakat serta pemerataan edukasi literasi keuangan syariah terhadap masyarakatnya, di mana faktor kebutuhan hidup secara signifikan memengaruhi keputusan anak muda di Kota Solo dalam menggunakan *paylater*. Penyedia layanan dan *merchant* harus menjaga reputasi dan kualitas produk mengingat kelekatan teman *sebaya* yang memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *paylater*, promosi *word of mouth* sangat berpengaruh dan lebih efektif. Implikasi bagi konsumen bahwa mereka

harus memiliki keinginan dan bersedia membuka diri untuk terliterasi keuangan syariah dan lebih rasional dalam perancangan keuangan karena kemampuan literasi keuangan seseorang berpengaruh pada kebijakan seseorang dalam keputusan mereka dalam konsumsi atau menggunakan suatu produk keuangan. Berdasarkan uraian-uraian di atas, hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi pada penelitian selanjutnya dengan topik yang relevan dan dapat menambah variasi variabel lain yang lebih baik. Selain itu, penelitian selanjutnya diharapkan mampu menggunakan subjek dengan metode penelitian maupun pengujian yang berbeda untuk mendukung hasil dan memperbaiki penelitian sebelumnya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Alhakim, N. N., Septiani, S., & Viana, E. D. (2023a). Pengaruh Psychological Factors, Financial Literacy, dan Paylater Misuse terhadap Compulsive Buying pada Pengguna Aplikasi Paylater di Jabodetabek. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 14(1), 57–68. <https://doi.org/10.29244/jmo.v14i1.42798>
- Alhakim, N. N., Septiani, S., & Viana, E. D. (2023b). Pengaruh Psychological Factors, Financial Literacy, dan Paylater Misuse terhadap Compulsive Buying pada Pengguna Aplikasi Paylater di Jabodetabek. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 14(1), 57–68. <https://doi.org/10.29244/jmo.v14i1.42798>
- Amelia, P. N., Fidiansa, P. A., & Risa, S. (2023). Fenomena Penggunaan Paylater di Kalangan Mahasiswa. *Prosiding Seminar Nasional*, 176–187.
- Anjaswuri, E. R., & Mulyani. (2024). Pengaruh Lingkungan Sosial dan Kebutuhan terhadap Minat Penggunaan Pay Later di Kalangan Mahasiswa. *SURPLUS: Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1), 11–21. <https://doi.org/10.35449/surplus.v4i1.797>
- Apria Dalifa, P. (2021). Hubungan Antara Parent Attachment dengan Self Esteem pada Mahasiswa di Sumatera Barat. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 3621–3526. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jptam.v5i2.1436>
- Arfiansyah, M. A. (2020). Pengaruh Sistem Keuangan Desa dan Sistem Pengendalian Intern Pemerintah Terhadap Akuntabilitas Pengelolaan Dana Desa. *Journal of Islamic Finance and Accounting*, 3(1), 67–82. <http://ejournal.iainsurakarta.ac.id/index.php/jifa>
- Armsden, G. C., & Greenberg, M. T. (1987). The Inventory of Parent and Peer Attachment: Individual Differences and Their Relationship to Psychological Well-Being In Adolescence. *Journal of Youth and Adolescence*, 16(5), 427–454. <https://doi.org/10.1007/BF02202939>
- Azzahra, K., Mardinawati, M., Zees, S. R., & Ayundyayasti, P. (2023). Factors Influence the Intention To Use in Paylater Feature Among the Millennial Generation. *Applied*

*Accounting and Management Review (AAMAR)*, 2(2), 31.  
<https://doi.org/10.32497/aamar.v2i2.4613>

Bila, S. M., & Marlina, N. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme dan Perilaku Konsumtif terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Shopee Paylater. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 12, 215–222.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jptn.v12n2.p215-222>

Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>

Cheumar, M., & Yunita, P. (2022). Fintech Industry and Digital Financial Inclusion for Economic Development of an Inclusive Society in Indonesia. *International Economic and Finance Review*, 1(1), 1–31. <https://doi.org/10.56897/iefr.v1i1.3>

Dani Sartika, M. S. (2020). Melihat Attitude and Behavior Manusia Lewat Analisis Teori Planned Behavioral. *Journal of Islamic Guidance and Counseling*, 4, 51–70.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.30631/jigc.v4i1.40>

Devia SS, V., & Putri, Y. K. W. (2022). Purchase Decision: Do the Paylater Ease and Consumer Satisfaction Affect It? (Case Study on Shopee Paylater and Gojek Paylater). *Sriwijaya International Journal of Dynamic Economics and Business*, 6(June), 147–164. <https://doi.org/10.29259/sijdeb.v6i2.147-164>

Dwiwansi, P., Purnamasari, E. D., & Lazuardi, S. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Financial Experience Generasi Milenial Terhadap Penggunaan Paylater Pada E-Commerce. *EKONOMIKA45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 10(2), 48–58. <https://doi.org/10.30640/ekonomika45.v10i2.781>

Fitriyah, N. W., & Nadlifatin, R. (2024). Behavioral factors of intention to use pay later services. a systematic literature review. *E3S Web of Conferences*, 501(2024).  
<https://doi.org/10.1051/e3sconf/202450102010>

Gunawan, A., Mukmin, Wahyuni, S. F., & Sari, M. (2023). Factors Affecting Financial Management Behavior of Paylater Users in Indonesia: Examining The Moderating Role of Locus of Control. *Investment Management and Financial Innovations*, 20(4), 171–181. [https://doi.org/10.21511/imfi.20\(4\).2023.15](https://doi.org/10.21511/imfi.20(4).2023.15)

Hidayat, H., Laini, A. S., Algista, S. D., & Juwitasary, H. (2024). Factors That Influence Customer Intention to Use Buy Now Pay Later (BNPL) in Indonesia. *2024 2nd International Conference on Software Engineering and Information Technology, ICoSEIT 2024*, 198–203. <https://doi.org/10.1109/ICoSEIT60086.2024.10497477>

- Jikrillah, S., & Fadah, I. (2022, July). Financial Performance of Indonesia Banking: The Impact of Digital Banking. *ICIFEB 2022*. <https://doi.org/10.4108/eai.19-7-2022.2328271>
- Justisia, C. T. (2022). *Hubungan Gaya Hidup Dan Lingkungan Teman Sebaya Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa* (Vol. 01) [Thesis]. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Kholis, M. A. Al, & Ardiansyah. (2023). Legal Analysis Of Buying And Selling Caused By Fear Of Missing Out Based On Imam Syafii's Perspective. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE) e-ISSN: 2621-606X Vol. 6. No. 2 Jul 2023 Page: 556-573, 6(2), 556–573*. <https://doi.org/10.31538/ijse.v6i2.3422>
- L. Supardin. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Berlabel Halal. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(1), 72–82. <https://www.bajangjournal.com/index.php/JEMBA/article/view/1328/901>
- Leon G. Schiffman, & Joseph Wisenblit. (2015). *Consumer Behavior* (Stephanie Wall, Mark Gaffney, & Daniel Petrino, Eds.; 11th ed.). Pearson Education.
- Mardian, S. (2019). Tingkat Kepatuhan Syariah di Lembaga Keuangan Syariah. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, 3(1), 57–68. <https://doi.org/10.35836/jakis.v3i1.41>
- Martdian Ratna Sari. (2021). Keputusan Investasi Milenial Perspektif Pengetahuan Keuangan, Perilaku Keuangan dan Sikap Keuangan. *ULTIMA Accounting*, 13(2), 173–186. <https://doi.org/https://doi.org/10.31937/akuntansi.v13i2.1757>
- Maslow, A. H. (1943). A Theory of Human Motivation. *American Psychological Association*, 50(4), 370–396. <https://doi.org/https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/h0054346>
- Mentari Puspadini. (2025, February 18). *Kredit Macet Pindar Tembus Rp 2,01 T, Gen Z Paling Banyak*. CNBC Indonesia.
- Novitasari, N., & Suryandari, R. T. (2022). Analysis of Factors that Influence the Continuous Intention to Use the Financial Technology Peer-to-Peer (P2P) Lending Services During the Covid-19 Pandemic. *European Journal of Business and Management Research*, 7(3), 248–254. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2022.7.3.1424>
- Nur, T., & Azzahra, H. (2023). The Influence of Behavioral Intention of Using PayLater Apps on Consumptive Behavior Moderated by Financial Literacy. *2023 5th International Conference on Cybernetics and Intelligent Systems, ICORIS 2023*. <https://doi.org/10.1109/ICORIS60118.2023.10352304>
- Nur, T., & Dewanto, P. A. (2022). The Influence of Attitude toward Behavior, Subjective Norms, Perceived Behavioral Control on the Behavioral Intention of using PayLater Apps moderated by Financial Literacy and Hedonic Value. *2022 10th International Conference on Cyber and IT Service Management, CITSM 2022*. <https://doi.org/10.1109/CITSM56380.2022.9936004>

- Nurfaiza, N., & Basuki Prayitno, S. (2023). Exploring Factors Influencing Gen Z'S Paylater Usage Intention and Its Impact on Impulsive Buying. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika (JBMI)*, 20(2), 97–123. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v20i2.27711>
- Paramitalaksmi, R., Astuti, W., & Dewi Aviva, H. (2023). Entrepreneurship and Social Science Analysis of Factors Influencing the Financial Behavior of Gen Z during the Covid-19 Pandemic. *Asian Journal of Management, Entrepreneurship and Social Science*, 3(1), 517–535. <http://www.ajmesc.com/index.php/ajmesc/article/view/255>
- Pratika, Y. (2021). Jurnal Bisnis dan Manajemen UTAUT Model : Identifying The Driving Factors of The Intention to Use Paylater. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 8(2), 345–352. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101293>
- Rahmawati, G., & Mirati, E. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Pada Generasi Millennial. *SNAM PNIJ 2022*, 2(5), 2415–2430.
- Ramadhan Jaya Saputra, V., & Sudarwanto, T. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Paylater Masyarakat Kota Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(2).
- Rena, R., & Mbukanma, I. (2023). Evaluating the Impacts of Covid-19 Pandemic on the Socioeconomic Status of South African Women. *Ikenga International*, 24(1), 1–20. <https://doi.org/10.53836/ijia/2023/24/1/005>
- 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 pada Gen Z. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 22(1), 100–113. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24167/jab.v22i1.11609>
- Sebayang, T. E., Sheldon, A. N., & Rezky Hendryanto, B. (2023). The Role Of Perceived Ease Of Use And Perceived Risk Towards E-Commerce Paylater Adoption In Indonesia. *Studies And Scientific Researches. Economics Edition*, 38, 63–73. <https://doi.org/https://doi.org/10.29358/sceco.v0i38.561>
- Septianingsih, T., Hilendri, B. A., & Ridhawati, R. (2024). The Influence Of Financial Literacy And Perceptions Of Financial Risk On The Decision To Use Shopee Paylater Among Students At The Faculty of Economics And Business , University Of Mataram. *Asian Journal of Management Entrepreneurship and Social Science*, 04(01), 889–898. <https://ajmesc.com/index.php/ajmesc/article/view/642>
- Setiawan, A. A., Silaen, Y. E., Andreas, T., & Oktavia, T. (2022). Analysis of Intention to Use on Pay Later Payment System During COVID-19 Pandemic. *International Journal of Emerging Technology and Advanced Engineering*, 12(3), 119–129. [https://doi.org/10.46338/IJETAE0322\\_14](https://doi.org/10.46338/IJETAE0322_14)

- Sigi Putri Davni dan Fernanda Sayyidatina. (2022). *Transaksi E-Commerce: Fitur Shopee Paylater dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Universitas Gadjah Mada. <https://sef.feb.ugm.ac.id/shariarticle2201/>
- Silvy, M. R., Sandri, R., Sera, D. C., & Kunci, K. (2023). Perilaku Konsumtif pada Remaja Pengguna Tiktok Shop ditinjau dari Kelekatan Teman Sebaya. *National Conference Information Systems 2023, September*, 4067–4075.
- Sitepu, G. A., & Fadila, A. (2024). Analisis Pemanfaatan Layanan Paylater Di Analysis of Paylater Service Utilization in The Context Of Digital Finance Among Generation Z. *Journal of Young Entrepreneurs*, 3(1), 57–70. <https://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/jye>
- Suryono, R. R., Budi, I., & Purwandari, B. (2021). Detection of Fintech P2P Lending Issues in Indonesia. *Heliyon*, 7(4), e06782. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e06782>
- Tyara Septiana Putri, & Resnia Novitasari. (2017). The Relationship Between Peer Attachment And Psychological Well-Being of University Students. *Psikologika : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 22(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.20885/psikologika.vol22.iss2.art8>
- Yusuf, M. B., & Ar Rosyid, H. (2023). Pengaruh Society 5.0 dalam Kehidupan Masyarakat. *Jurnal Inovasi Teknologi Dan Edukasi Teknik*, 3(2), 116–121. <https://doi.org/10.17977/um068v3i22023p116-121>
- Zainur, Z. (2020). Konsep Dasar Kebutuhan Manusia Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal An-Nahl*, 7(1), 32–43. <https://doi.org/10.54576/annahl.v7i1.3>