

Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Pembelian Impulsif Terhadap Penggunaan Paylater Gen-Z

Sindi Nur Asiah^{1*}, Siti Maripah²

¹Universitas Nusa Putra

²Universitas Nusa Putra

* Email: sindi.nur_ak23@nusaputra.ac.id
siti.masripah_ak23@nusaputra.ac.id

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan perilaku pembelian impulsif terhadap penggunaan layanan paylater di kalangan Generasi Z. Latar belakang penelitian menunjukkan peningkatan signifikan penggunaan paylater di Indonesia, terutama oleh Gen Z, didorong oleh kemudahan akses, promosi, dan sistem "beli sekarang, bayar nanti". Namun, kemudahan ini berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif dan utang jika tidak diimbangi dengan literasi keuangan yang memadai. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan populasi mahasiswa Universitas Nusa Putra yang menggunakan paylater. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang dipilih menggunakan rumus Slovin dengan teknik *stratified random sampling*. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner *online* menggunakan Google Formulir, sedangkan data sekunder diperoleh dari penelitian terdahulu, artikel, jurnal, dan buku. Analisis data dilakukan dengan perangkat lunak SPSS, meliputi uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas), serta analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap penggunaan paylater pada Gen Z, yang berarti semakin tinggi literasi keuangan, semakin bijak Gen Z dalam menggunakan layanan ini. Sebaliknya, perilaku pembelian impulsif juga berpengaruh positif terhadap penggunaan paylater, menunjukkan bahwa semakin impulsif seseorang, semakin cenderung mereka memanfaatkan paylater untuk pembelian spontan. Secara simultan, literasi keuangan dan perilaku pembelian impulsif berpengaruh signifikan terhadap penggunaan paylater pada Gen Z, dengan kemampuan kedua variabel menjelaskan 56,6% variasi penggunaan paylater. Temuan ini mengindikasikan pentingnya peningkatan literasi keuangan untuk meminimalisir dampak negatif dari perilaku impulsif dalam penggunaan paylater.

Kata kunci: Literasi Keuangan, Perilaku Pembelian Impulsive, Paylater

Abstract: This study aims to analyze the influence of financial literacy and impulsive buying behavior on the use of paylater services among Generation Z. The background of this study shows a significant increase in the use of paylater in Indonesia, especially among Gen Z, driven by ease of access, promotions, and the "buy now, pay later" system. However, this ease of access has the potential to increase consumerist behavior and debt if not balanced with adequate financial literacy. This study employs an associative quantitative approach with a population of Nusa Putra University students who use paylater services. The sample consists of 100 respondents selected using the Slovin formula with stratified random sampling.

technique. Primary data was collected through an online questionnaire using Google Forms, while secondary data was obtained from previous studies, articles, journals, and books. Data analysis was conducted using SPSS software, including validity tests, reliability tests, classical assumptions (normality, multicollinearity, heteroskedasticity), and multiple regression analysis. The results of the study indicate that financial literacy has a positive effect on the use of paylater among Gen Z, meaning that the higher the financial literacy, the wiser Gen Z is in using this service. Conversely, impulsive purchasing behavior also has a positive effect on the use of paylater, indicating that the more impulsive a person is, the more likely they are to use paylater for spontaneous purchases. Simultaneously, financial literacy and impulsive purchasing behavior significantly influence the use of paylater among Gen Z, with both variables explaining 56.6% of the variation in paylater usage. This finding indicates the importance of improving financial literacy to minimize the negative impact of impulsive behavior in the use of paylater.

Keyword: *Financial Literacy, Impulsive Buying Behavior, Paylater*

PENDAHULUAN

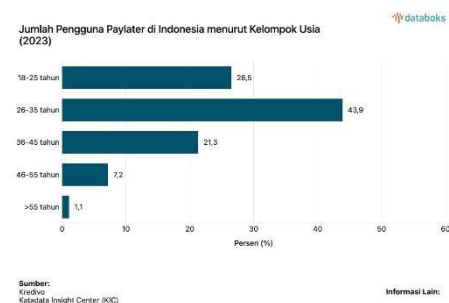
Perkembangan teknologi di Indonesia telah menghadirkan berbagai inovasi, termasuk dalam bidang informasi dan bisnis. Interaksi online yang dulu sulit kini dapat dilakukan dengan mudah melalui smartphone. Zhu et al (2023) menyatakan bahwa perkembangan teknologi juga mengubah aktivitas bisnis secara menyeluruh dan khusus, cara-cara baru dalam pengoperasian dan pengelolaan perusahaan telah muncul e-commerce dan layanan informasi telah muncul sebagai sektor penting dalam perekonomian modern. Dengan berbagai aplikasi dan platform online, penjual dapat menjangkau pasar global, sementara pembeli menikmati kemudahan transaksi tanpa uang tunai melalui E-Wallet. Selain itu, fitur paylater memungkinkan pembeli untuk bertransaksi meskipun memiliki keterbatasan dana, dengan sistem "beli sekarang, bayar nanti."

Saat ini, berbagai platform perdagangan elektronik di Indonesia menawarkan sistem pembayaran yang dikenal sebagai Paylater, di mana Paylater merupakan salah satu yang paling populer. Berdasarkan data dari Perbanas (2024) Otoritas Jasa Keuangan menyampaikan

bahwa adanya peningkatan jumlah paylater sebanyak 33.64% dengan nominal 6,81 Triliun, hal ini menandakan bahwa pelayanan pay later menjadi sebuah solusi bagi masyarakat Indonesia dalam melakukan transaksi. Menurut Databoks, 26.5% berasal dari kalangan Gen z yang berusia 18-25 tahun.

Gambar 1.1

Jumlah pengguna Paylater di Indonesia menurut kelompok usia pada tahun 2023



Penelitian yang dilakukan Mireku et al. (2023). Menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap penggunaan paylater. Penelitian yang dilakukan oleh Nikolaus et al. (2024). Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku pembelian impulsif berpengaruh positif terhadap penggunaan paylater gen z pada tingkat signifikansi 95%, begitu pula tingkat

literasi keuangan juga berpengaruh terhadap perilaku pembelian impulsif generasi Z.

Pay Later memiliki kemudahan dalam proses aktivasi, yang hanya memerlukan mengisi data diri dan pengunggahan foto Kartu Tanda Penduduk (KTP) serta foto diri ke dalam aplikasi. Ini menjadikannya sangat accessible bagi generasi Z, yang umumnya lebih akrab dengan teknologi. Penawaran cashback yang tinggi dan bunga nol persen juga menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Generasi Gen Z di Indonesia merupakan pengguna paylater terbanyak.

Dengan demikian permasalahan yang ingin di jawab dari penelitian ini adalah (1) Apakah terdapat pengaruh positif literasi keuangan terhadap penggunaan paylater pada Gen Z (2) Apakah terdapat pengaruh positif perilaku pembelian impulsif terhadap penggunaan paylater pada Gen Z (3) Apakah terdapat pengaruh positif literasi keuangan, perilaku pembelian impulsif pada penggunaan paylater Gen Z.

KAJIAN PUSTAKA

Teori Financial Behavior

Theory Financial Behaviour, juga dikenal sebagai "perilaku keuangan," adalah bidang studi yang relatif baru yang menghubungkan ekonomi tradisional dan keuangan melalui penggunaan teori perilaku dan psikologi kognitif. Tujuan dari theory financial behaviour adalah untuk memahami mengapa orang secara konsisten membuat keputusan keuangan yang tidak sesuai dengan teori ekonomi konvensional atau yang tidak rasional.

Perilaku keuangan berfokus pada bagaimana manusia bertindak dan mengambil keputusan terkait dengan aspek keuangan, seperti tabungan, investasi, pengeluaran, dan manajemen hutang. Dalam kaitannya dengan akuntabilitas ekonomi, perilaku keuangan mencoba untuk mengungkapkan dan menganalisis cara seseorang memanipulasi dan mengelola keuangan mereka. (Suripto & Supriyanto, 2021).

Financial behavior merupakan ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan (Risman et al., 2021)

Literasi Keuangan

(Ismanto et al., 2019) menyatakan definisi dari literasi keuangan adalah sebagai modal bagi manusia yang terdiri dari pengetahuan dan kemampuan yang dapat diterapkan dalam aktivitas keuangan yang berpengaruh terhadap perilaku keuangan dan kesejahteraan keuangan.

Perilaku Pembelian Impulsif

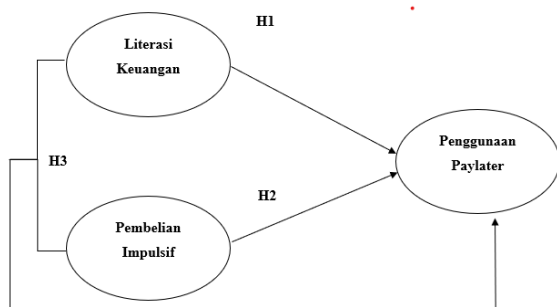
Menurut Pratminingsih et al., (2021), Pembelian Impulsif atau dikenal juga sebagai transaksi mendadak, merujuk pada situasi di mana konsumen memutuskan secara langsung untuk membeli suatu produk atau jasa.

Paylater

Paylater adalah sebuah metode pinjaman secara online, yang dilakukan tanpa adanya kartu kredit dan konsumen dapat membayarnya dengan mencicil sampai waktu pembayaran yang telah ditetapkan. Beberapa platform yang sudah menggunakan Paylater adalah Traveloka, Shopee, Lazada, Tokopedia, Ovo, Gojek, dan sebagainya. (Fajrussalam et al., 2022)

Kerangka Berfikir

Gambar 2.1



METODOLOGI

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif asosiatif serta data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Dalam penelitian ini strategi penelitian asosiatif digunakan untuk mengidentifikasi sejauh mana pengaruh variabel X (variabel independen) yang terdiri atas literasi keuangan (X1), perilaku pembelian impulsif (X2). Terhadap variabel Y yaitu penggunaan paylater (variabel dependen), baik secara parsial maupun simultan.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Nusa Putra yang memanfaatkan penggunaan paylater, dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Gen Z mahasiswa Universitas Nusa Putra yang menggunakan paylater dengan teknik pengambilan sampel dihitung dengan menggunakan rumus slovin.

Penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif dengan hasil penyebaran kuesioner melalui gogle form terhadap 100 responden dengan skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert, dan di analisis menggunakan SPSS versi 22.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas dan Reabilitas

a. Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan, indikator pada literasi keuangan, perilaku pembelian impulsif, dan penggunaan paylater menunjukkan nilai signifikansi $< 0,05$ dimana hal ini menunjukkan bahwa semua variabel yang telah diuji dinyatakan valid.

b. Uji Reabilitas

Tabel 1. Uji Reabilitas

Variabel	Ite m	Nilai Cronbac h Alpha	Keteranga n
Literasi Keuangan m (X1)	9	0,795	Reliabel
Pembelian Impulsif (X2)	12	0,830	Reliabel
Penggunaa n Paylater (Y)	18	0,925	Reliabel

Sumber : Data diolah dengan SPSS 22 (2025)

Tabel 1 menunjukkan bahwa pengujian yang dilakukan pada variabel literasi keuangan (X1), perilaku pembelian impulsif (X2), penggunaan paylater (Y). Dari kedua variabel Xtersebut diperoleh nilai cronbachs alpha $> 0,60$ pada masing-masing variabel yang menyatakan semua variabel tersebut dinyatakan reliabl atau layak.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 2. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

<i>Test Statistic</i>	<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	Keterangan
0,110	0,99 ^c	Normal

Sumber : Data diolah dengan SPSS 22 (2025)

Berdasarkan Uji Kolmogorov-Smirnov Test pada Tabel 2 menunjukkan nilai signifikansi *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,099 yang berarti lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa data dalam penelitian terdistribusi normal, sehingga data tersebut layak untuk dilakukan uji lebih lanjut.

b. Uji Multikolinieritas

Tabel.3 Uji Multikolinieritas

Coefficients^a			
Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Literasi Keuangan	0,954	1,049	Tidak terdapat multikolinieritas
Pembelian Impulsif	0,954	1,049	Tidak terdapat multikolinieritas

Sumber : Data diolah dengan SPSS 22 (2025)

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai tolerance > 0,10 atau nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan bahwa berdasarkan hasil uji ini tidak terdapat gejala multikolinieritas yang menunjukkan lolos uji multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel.4 Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a			
Variabel	t	Sig.	Keterangan

Constant	1,493	0,139	
Literasi Keuangan	-0,706	0,482	Tidak terdapat heteroskedastisitas
Pembelian Impulsif	0,867	0,388	Tidak terdapat heteroskedastisitas

Sumber : Data diolah dengan SPSS 22 (2025)

Berdasarkan hasil Uji Heteroskedastisitas yang dilakukan, menunjukkan bahwa nilai signifikan pada masing-masing variabel, yaitu literasi keuangan (X1) sebesar 0,482, Perilaku Pembelian Impulsif (X2) sebesar 0,388, dimana variabel signifikansi pada masing-masing variabel yaitu sig > 0,05 maka ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas atau lolos uji heteroskedastisitas sehingga, data pada penelitian ini dapat dilanjutkan ke uji regresi.

3. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel.5 Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	17.429	9.411		1.852	.067
Literasi Keuangan	.930	.277	.318	3.353	.001
Pembelian Impulsif	.352	.171	.196	2.060	.042

Sumber : Data diolah dengan SPSS 22 (2025)

Berdasarkan hasil analisis uji regresi linear berganda, khususnya pada unstandarized coefficients tertera nilai konstan, nilai persamaan linear berganda yaitu:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Penjelasan :

- Nilai konstanta paylater (Y) bernilai 17.429 yang menyatakan bahwa apabila variabel literasi keuangan (X1), perilaku pembelian impulsif (X2), sama dengan nol maka penggunaan paylater adalah sebesar 17.429 dianggap konstan atau nilainya sama dengan 0, maka variabel penggunaan paylater (Y) bernilai 17.429.
- Koefisien X1(Literasi Keuangan) sebesar 0,930, artinya setiap kenaikan X1 senilai 1% akan memunculkan kenaikan Y senilai 9,3%.
- Koefisien X2 (Perilaku Pembelian Impulsif) sebesar 0,352, artinya setiap kenaikan X2 senilai 1% akan memunculkan kenaikan Y senilai 3,52%

4. Uji Hipotesis

a. Uji T

Tabel.6 Uji T

Variabel	B	Std. Error	T	Sig
Literasi Keuangan	1.053	0,275	3.825	0,000
Pembelian Impulsif	0,475	0,175	3.125	0,008

Sumber : Data diolah dengan SPSS 22 (2025)

Berdasarkan Tabel diatas, diperoleh hasil pengolahan data sebagai berikut:

- Pada variabel literasi keuangan (X1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap penggunaan paylater, sebab nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dengan demikian, hipotesis H1 diterima.
- Pada variabel pembelian impulsif (X2) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti perilaku pembelian impulsif memiliki pengaruh terhadap penggunaan paylater, sebab nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dengan demikian, hipotesis H2 diterima.

b. Uji F

Tabel.7 Uji F

Model	Mean Square	F	Sig.
1	1660.841	9.678	0,000 ^b

Sumber : Data diolah dengan SPSS 22 (2025)

Berdasarkan Tabel perhitungan diatas menunjukkan nilai F didapatkan nilai probabilitas sebesar 0,000 yang berarti nilai ters ebut berada di bawah 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa H₃ diterima dan semua variabel independent (Literasi Keuangan, Perilaku Pembelian Impulsif) memiliki pengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen (Penggunaan Paylater).

c. Uji Koefisien Determinasi R

Tabel.8 Uji Koefisien Determinasi R

Model Summary			
Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0,478	0,566	0,549

Sumber : Data diolah dengan SPSS 22 (2025)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi nilai R square yang diperoleh dalam uji ini sebesar 0,566. Hal ini menunjukkan bahwa sebanyak 56,6% variabel paylater dapat dipaparkan oleh variabel literasi keuangan, dan perilaku pembelian impulsif. Sedangkan 43,4% sisanya dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dinyatakan pada penelitian ini.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Penggunaan Paylater Gen Z

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap penggunaan layanan paylater pada Gen Z. Hal ini menggambarkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki oleh individu Gen Z, maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk menggunakan layanan paylater secara bijak dan terukur. Temuan ini sejalan dengan penelitian Mireku et al. (2023) yang menyatakan bahwa literasi keuangan merupakan masukan utama bagi perilaku keuangan, di mana individu dengan literasi keuangan yang baik cenderung menunjukkan perilaku keuangan yang sehat dan mampu mengelola risiko keuangan pribadi dengan lebih baik.

Literasi keuangan sendiri mencakup pengetahuan, perilaku, dan sikap yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan, seperti kemampuan mengatur pendapatan, pengeluaran, serta memahami risiko dan manfaat dari penggunaan produk keuangan, termasuk paylater. Dalam konteks Gen Z, literasi keuangan yang baik memungkinkan mereka untuk menilai secara kritis tawaran paylater, seperti promo cashback dan bunga nol persen, sehingga mereka dapat

memanfaatkannya tanpa terjebak dalam pola konsumsi berlebihan atau penumpukan utang. Dengan demikian, literasi keuangan berperan sebagai faktor protektif yang membantu Gen Z dalam mengambil keputusan keuangan yang lebih rasional saat menggunakan layanan paylater.

Pengaruh Pembelian Impulsif terhadap Penggunaan Paylater Gen Z

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku pembelian impulsif berpengaruh positif terhadap penggunaan paylater pada Gen Z. Artinya, semakin tinggi kecenderungan Gen Z untuk melakukan pembelian secara impulsif, semakin besar kemungkinan mereka memanfaatkan layanan paylater sebagai solusi pembayaran instan. Temuan ini sesuai dengan hasil penelitian Nikolaus et al. (2024) yang menyatakan bahwa penggunaan metode pembayaran paylater berpengaruh terhadap perilaku pembelian impulsif generasi Z pada tingkat signifikansi 95%.

Pembelian impulsif ditandai dengan tindakan membeli secara spontan, tanpa perencanaan, dan sering kali dipicu oleh emosi serta dorongan eksternal seperti promosi dan diskon. Dalam era digital, kemudahan akses platform e-commerce dan fitur paylater semakin memperkuat perilaku impulsif ini. Gen Z yang responsif terhadap promosi dan kemudahan transaksi digital lebih rentan menggunakan paylater tanpa pertimbangan matang, sehingga mereka cenderung melakukan pembelian di luar kebutuhan yang sebenarnya. Fenomena ini menegaskan pentingnya edukasi mengenai pengendalian diri dan risiko pembelian impulsif agar Gen Z tidak mengalami masalah keuangan akibat penggunaan paylater yang tidak terkontrol.

Pengaruh Simultan Literasi Keuangan dan Perilaku Pembelian Impulsif terhadap Penggunaan Paylater Gen Z

Secara simultan, literasi keuangan dan perilaku pembelian impulsif terbukti berpengaruh signifikan terhadap penggunaan paylater pada Gen Z. Hasil ini menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut saling melengkapi dalam membentuk pola penggunaan paylater di kalangan Gen Z. Individu dengan literasi keuangan tinggi cenderung lebih berhati-hati dalam menggunakan paylater, namun dorongan impulsif yang kuat tetap dapat mendorong mereka untuk memanfaatkan layanan ini, terutama ketika dihadapkan pada promosi menarik atau kebutuhan mendadak.

Sebaliknya, Gen Z dengan literasi keuangan rendah dan tingkat impulsivitas tinggi lebih berisiko menggunakan paylater secara tidak terkontrol, sehingga berpotensi menimbulkan masalah keuangan seperti penumpukan utang. Temuan ini menegaskan bahwa upaya peningkatan literasi keuangan harus dibarengi dengan pengendalian perilaku impulsif melalui edukasi dan penguatan kontrol diri. Penyedia layanan paylater juga perlu berperan aktif dalam memberikan edukasi keuangan dan fitur pengingat pembayaran agar penggunaan paylater di kalangan Gen Z dapat berjalan secara sehat dan bertanggung jawab.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan dan perilaku pembelian impulsif secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan paylater di kalangan Generasi Z. Secara parsial, peningkatan literasi keuangan cenderung berkorelasi

positif dengan penggunaan paylater yang lebih bijak, sementara kecenderungan perilaku impulsif juga secara positif memengaruhi frekuensi penggunaan paylater. Temuan ini memberikan kontribusi empiris dan teoritis dengan menegaskan kembali relevansi literasi keuangan dan impulsivitas sebagai faktor dominan dalam pengambilan keputusan finansial di era digital, khususnya terkait fenomena paylater. Secara praktis, hasil penelitian ini menyoroti urgensi bagi Gen Z untuk meningkatkan literasi keuangan mereka guna mengelola penggunaan paylater secara lebih bertanggung jawab, serta bagi penyedia layanan paylater dan pemerintah untuk proaktif dalam menyediakan edukasi keuangan dan regulasi yang mendukung penggunaan yang sehat.

Meskipun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan, di antaranya hanya fokus pada dua variabel independen (literasi keuangan dan perilaku pembelian impulsif) dan menggunakan sampel mahasiswa Universitas Nusa Putra, sehingga generalisasi hasil mungkin terbatas. Validitas temuan dapat lebih ditingkatkan dengan mempertimbangkan variabel lain yang mungkin memengaruhi penggunaan paylater, seperti faktor sosial, pengaruh media digital, atau kondisi ekonomi individu. Selain itu, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang mungkin belum sepenuhnya menangkap kedalaman motivasi dan pengalaman Gen Z. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan variabel, menggunakan metode campuran (kuantitatif dan kualitatif) untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif, serta memperluas populasi

dan sampel penelitian agar hasilnya lebih representatif.

REFEREENSI

- Yuliani, V. R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Intensitas Penggunaan Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee PayLater. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 10(3), 78-92.
- Destianata, & Lutfi. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Penggunaan PayLater. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 8(1), 23-40.
- Nomleni, K. E., & Timo, F. T. N. (2024). PENGARUH TERPAAN KONTEN IKLAN LAYANAN PINJAMAN ONLINE TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA GEN Z. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 8(1), 40-51.
- Rumbik, F. E. R. F. E., Kurniawan, R., & Ginting, R. (2024). Menguak Perilaku Konsumtif Generasi Z dalam Penggunaan Digital Payment dan Literasi Keuangan Berdasarkan Mental Accounting: Sebuah Studi Fenomenologi. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 12(2), 163-171.
- Uyun, L., & Luthfia, C. (2023). Generasi Z dan Milenial sebagai Pengguna Pinjaman Online Perspektif Hukum Islam. *Sultan Jurisprudence: Jurnal Riset Ilmu Hukum*, 3(2), 223-239.
- Restike, K. P., Prasasti, D., Fitriani, D. I., & Ciptani, M. K. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Pembelian Impulsif, Dan Gaya Hidup Terhadap Penggunaan Shopee Paylater Gen Z. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 22(1), 100-113.
- Rahma, F. A., & Susanti, S. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Self Efficacy dan Fintech Payment terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 4(3), 3236-3247.
- Fitriyah, D. N., & Pohan, H. T. (2023). Pengaruh penggunaan gopaylater terhadap perilaku impulse buying pengguna e-commerce di jakarta. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 1025-1034.
- Widyakto, A., Liyana, Z. W., & Rinawati, T. (2022). The influence of financial literacy, financial attitudes, and lifestyle on financial behavior. *Diponegoro International Journal of Business*, 5(1), 33-46.
- Yulistiyani, A., Rapini, T., & Setiawan, F. (2023). Analisis Faktor Financial Knowledge, Financial Behavior, Overconfidence, dan Pendapatan terhadap Keputusan Investasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 13(1), 41-56.
- Astini, K. P. A., & Pasek, G. W. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi (Studi Eksperimen di Gugus V Mandara Giri Kec. Kubutambahan). *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 13(03), 991-1002.
- Reddyson, R., Franky, F., Leonardy, L., Yeng, H., & Leonardo, V. (2022). Pengaruh Fitur Paylater terhadap Sifat Belanja yang Konsumtif pada Remaja di Kota Batam. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 261-268.
- Ardyansyah, A. F., & Indrawati, N. K. (2024). The Influence of Financial Knowledge on Financial Management Behavior With Locus of Control and Financial Attitude as Mediation

- Variables: Study on Generation Z of Pay-Later E-Commerce Users in Java. *International Journal of Research in Business and Social Science*, 13(4), 265-276.
- Cahyaningrum, D. A., & Budiati, B. (2025). Influence of product quality, price perception, and promotion on purchasing decisions for Samsung smartphones (study at CM Cellular Counter Mranggen Demak). *TAMBUN—Theory and Application in Management, Business, and the Unity of Nations*, 1(1), 17-28.
- Ayuningtyas, M. F., & Irawan, A. (2021). The influence of financial literacy on Bandung generation Z consumers impulsive buying behavior with self-control as mediating variable. *Advanced International Journal of Business, Entrepreneurship and SMEs*, 3(9), 155-171.
- Qomariyah, A., Qibtiyah, G. A., & Bemby, F. A. W. (2022). Financial Literacy, Impulsive Buying Behavior, and the Z-Gen. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 11, 164-178.
- Oktaviana, H., & Aji, S. S. B. (2025, January). How Financial Literacy Shapes Impulsive'Paylater'Buying Among Yogyakarta Students. In *Proceeding International Conference on Accounting and Finance* (pp. 209-224).
- Perbanas. (2024, september 17). *Paylater dan Generasi Digital : Fenomena Baru Dalam Perilaku Konsumen Gen Z dan Milenial*. Diambil kembali dari perbanas.org:
<https://perbanas.org/publikasi/artikel-perbanas/paylater-dan-generasi-digital-fenomena-baru-dalam-perilaku-konsumen-gen-z-dan-milenial>
- Wicaksono, A. (2024, march 21). *Popularitas Paylater Berisiko Tinggi Tanpa Literasi Keuangan*. Diambil kembali dari metrotvnews.com:
<https://www.metrotvnews.com/read/K5nCL7DM-popularitas-paylater-berisiko-tinggi-tanpa-literasi-keuangan>
- Sugiyono, P. D. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Dalam A. bandung.
<https://online.anyflip.com/xobw/rfpq/mobile/index.html>.