ARZUSIN
Jurnal Manajemen dan Pendidikan Dasar

e-ISSN : 2809-4093
p-ISSN : 2809-4484

Terindeks: Sinta 5, Copernicus, Dimensions, Scilit, Lens, Semantic Scholar, Garuda, Google, Base, etc.

https://doi.org/10.58578/arzusin.v6i5.11268

PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN PAY-LATER

The Effect of Financial Literacy and Lifestyle on Pay-Later Usage Decisions

Ayu Febrianti, Adria Wuri Lastari, Evrina
Universitas Adiwangsa Jambi
ayuua038@gmail.com

Article Info:

Submitted:	Revised:	Accepted:	Published:
May 31, 2026	Jun 27, 2026	Jul 10, 2026	Jul 15, 2026

Abstract

The use of pay-later services among university students continues to increase, but research integrating financial literacy and lifestyle in explaining decisions to use these services remains limited. This study aimed to analyze the effects of financial literacy and lifestyle on decisions to use pay-later services among students of the Management Study Program, Faculty of Economics, Universitas Adiwangsa Jambi. The study employed a quantitative approach with a causal-associative design. The research sample consisted of 55 students selected through purposive sampling based on the criteria of being active students who were aware of or had previously used pay-later services. Data were collected using a Likert-scale questionnaire and analyzed through Partial Least Squares–Structural Equation Modeling with the assistance of SmartPLS. The results showed that financial literacy had a positive and significant effect on decisions to use pay-later services (β = 0.305; p = 0.003). Lifestyle also had a positive and significant effect on decisions to use pay-later services (β = 0.502; p < 0.001) and was the more dominant factor. Financial literacy and lifestyle jointly explained 52.3% of the variation in decisions to use pay-later services. These findings strengthen the application of the Theory of Planned Behavior in

Arzusin is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

the context of digital financing and confirm that decisions to use pay-later services are influenced not only by the ability to understand financial matters but also by students' consumption patterns. Practically, higher education institutions need to develop digital financial literacy programs accompanied by efforts to strengthen students' ability to control consumptive behavior. Future studies are recommended to examine the roles of self-control, income, promotion, and social influence in explaining decisions to use pay-later services.

Keywords: Financial Literacy; Lifestyle; Usage Decision; Pay-Later; University Students

Abstrak: Penggunaan layanan *pay-later* di kalangan mahasiswa terus meningkat, tetapi penelitian yang mengintegrasikan literasi keuangan dan gaya hidup dalam menjelaskan keputusan penggunaannya masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap keputusan penggunaan *pay-later* pada mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Adiwangsa Jambi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif kausal. Sampel penelitian terdiri atas 55 mahasiswa yang dipilih melalui teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria mahasiswa aktif yang mengetahui atau pernah menggunakan layanan *pay-later*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner berskala Likert dan dianalisis melalui *Partial Least Squares–Structural Equation Modeling* dengan bantuan SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *pay-later* (β = 0,305; p = 0,003). Gaya hidup juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *pay-later* (β = 0,502; p < 0,001) serta menjadi faktor yang lebih dominan. Literasi keuangan dan gaya hidup secara bersama-sama mampu menjelaskan 52,3% variasi keputusan penggunaan *pay-later*. Temuan ini memperkuat penerapan *Theory of Planned Behavior* dalam konteks pembiayaan digital dan menegaskan bahwa keputusan penggunaan *pay-later* tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan memahami keuangan, tetapi juga oleh pola konsumsi mahasiswa. Secara praktis, perguruan tinggi perlu mengembangkan program literasi keuangan digital yang disertai penguatan kemampuan mengendalikan perilaku konsumtif. Penelitian selanjutnya disarankan menguji peran kontrol diri, pendapatan, promosi, dan pengaruh sosial dalam menjelaskan keputusan penggunaan layanan *pay-later*.

Kata Kunci: Literasi Keuangan; Gaya Hidup; Keputusan Penggunaan; *Pay-Later*; Mahasiswa

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi finansial atau *financial technology* telah mengubah cara masyarakat mengakses, menggunakan, dan mengelola layanan keuangan (Lastari et al., 2023). Transformasi tersebut ditandai oleh meningkatnya penggunaan pembayaran digital, dompet elektronik, pembiayaan berbasis aplikasi, dan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL). Layanan BNPL atau *pay-later* merupakan fasilitas pembiayaan untuk membeli barang atau jasa secara nontunai melalui sistem elektronik dengan pembayaran yang dilakukan secara bertahap sesuai kesepakatan antara pengguna dan penyedia layanan. Berbeda dari kartu kredit konvensional, layanan ini umumnya menawarkan proses pendaftaran yang lebih sederhana, persetujuan yang cepat, serta integrasi langsung dengan platform perdagangan elektronik. Karakteristik tersebut

menjadikan *pay-later* sebagai salah satu inovasi pembiayaan digital yang semakin diterima dalam aktivitas konsumsi masyarakat modern (Keuangan, 2025; Lupşa-Tătaru et al., 2023; Raj et al., 2024).

Pertumbuhan layanan *pay-later* di Indonesia berlangsung cukup cepat seiring meningkatnya aktivitas perdagangan elektronik dan penggunaan sistem pembayaran digital. Data Otoritas Jasa Keuangan menunjukkan bahwa pembiayaan BNPL yang disalurkan oleh perusahaan pembiayaan pada Februari 2025 mencapai Rp8,2 triliun atau meningkat sebesar 59,1% dibandingkan periode yang sama pada tahun sebelumnya. Pada sektor perbankan, baki debet kredit BNPL pada periode yang sama mencapai Rp21,98 triliun dengan jumlah rekening sebanyak 23,66 juta. Pertumbuhan tersebut memperlihatkan bahwa *pay-later* tidak lagi hanya berfungsi sebagai metode pembayaran tambahan, tetapi telah berkembang menjadi instrumen pembiayaan yang digunakan secara luas. Integrasi fasilitas tersebut dengan platform perdagangan elektronik juga memperkuat ketertarikan pengguna karena memberikan kemudahan transaksi, fleksibilitas pembayaran, dan akses pembiayaan tanpa kartu kredit(Aurin & Kusumastuti, 2023; Keuangan & Statistik, 2025; Maharani et al., 2023).

Mahasiswa merupakan salah satu kelompok yang relatif dekat dengan penggunaan layanan *pay-later*. Intensitas penggunaan telepon pintar, media sosial, dan platform perdagangan elektronik membuat mahasiswa lebih mudah menerima inovasi keuangan digital. Proses aktivasi yang cepat dan persyaratan yang relatif sederhana memungkinkan mahasiswa memperoleh akses pembiayaan meskipun sebagian besar belum memiliki pendapatan tetap. Aisjah (2024) mengemukakan bahwa layanan BNPL semakin populer di kalangan mahasiswa karena memberikan kemudahan dibandingkan pembiayaan konsumen konvensional. Namun, penggunaan fasilitas tersebut juga dapat menimbulkan masalah ketika keputusan transaksi tidak disertai kemampuan membayar yang memadai. Tampilan aplikasi yang menyerupai media sosial, promosi yang berulang, dan sistem transaksi yang minim hambatan juga dapat membuat utang digital terasa sebagai bagian biasa dari aktivitas belanja sehari-hari (Mappadang et al., 2025; Threadgold et al., 2025).

Kemudahan layanan *pay-later* perlu diikuti oleh kemampuan pengguna dalam menilai manfaat, biaya, dan risiko pembiayaan. Penundaan pembayaran dapat menciptakan kesan bahwa harga suatu produk menjadi lebih ringan karena konsumen tidak harus membayar seluruh biaya pada saat transaksi dilakukan. Keadaan tersebut berpotensi mendorong pembelian impulsif, penggunaan beberapa fasilitas pembiayaan secara bersamaan,

keterlambatan pembayaran, dan terbentuknya utang yang melebihi kemampuan finansial. Kumar & Nayak (2024) menunjukkan bahwa perilaku pembelian impulsif berkaitan dengan risiko terbentuknya utang bermasalah dalam penggunaan BNPL. Raj et al. (2024) juga menemukan bahwa persepsi manfaat dapat meningkatkan keinginan menggunakan BNPL, sedangkan persepsi risiko cenderung mengurangi keinginan tersebut. Dalam konteks masyarakat Indonesia, keputusan menggunakan *pay-later* turut dipengaruhi oleh pertimbangan etika, kepercayaan, dan pemahaman pengguna terhadap konsekuensi pembiayaan yang dipilih (Aji et al., 2024).

Literasi keuangan menjadi salah satu faktor yang diperkirakan dapat membantu mahasiswa mengambil keputusan penggunaan *pay-later* secara lebih rasional. Literasi keuangan digital mencakup pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku yang diperlukan untuk menggunakan layanan keuangan digital secara aman serta mendukung kesejahteraan finansial seseorang (OECD, 2024). Individu yang memiliki literasi keuangan memadai diharapkan mampu memahami bunga atau manfaat ekonomi, biaya administrasi, denda keterlambatan, tanggal jatuh tempo, risiko keamanan data, serta pengaruh pembiayaan terhadap kondisi keuangan pada masa mendatang. Urgensi literasi keuangan terlihat dari hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan tahun 2025. Indeks inklusi keuangan Indonesia telah mencapai 80,51%, sedangkan indeks literasi keuangan baru mencapai 66,46%. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa akses masyarakat terhadap produk keuangan berkembang lebih cepat dibandingkan kemampuan memahami dan mengelolanya. Kondisi ini penting diperhatikan karena literasi keuangan digital berhubungan dengan perilaku dan kesejahteraan keuangan individu (Choung et al., 2023; Keuangan & Statistik, 2025).

Selain literasi keuangan, gaya hidup juga dapat memengaruhi keputusan mahasiswa menggunakan layanan *pay-later*. Gaya hidup menggambarkan pola aktivitas, minat, pilihan konsumsi, dan cara individu menggunakan sumber daya yang dimilikinya. Paparan tren melalui media sosial, keinginan mengikuti lingkungan pergaulan, perhatian terhadap penampilan, serta kebutuhan memperoleh pengalaman konsumsi tertentu dapat meningkatkan frekuensi transaksi mahasiswa. Ketika pengeluaran yang diinginkan lebih besar daripada dana yang tersedia, *pay-later* dapat dipandang sebagai jalan keluar untuk mempertahankan pola konsumsi tersebut. Penelitian Zahra & Anoraga (2021) memperlihatkan bahwa gaya hidup berhubungan dengan pembentukan perilaku konsumtif. Kamil et al. (2024) dan Pamungkas & Putri (2024) juga menempatkan gaya hidup sebagai faktor yang berkaitan dengan penggunaan sistem *pay-later* dan perilaku pengeluaran. Dengan demikian, gaya hidup tidak hanya menggambarkan

pilihan konsumsi, tetapi juga dapat memengaruhi cara mahasiswa memandang kebutuhan, keinginan, dan penggunaan utang digital.

Hasil penelitian terdahulu mengenai literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan *pay-later* masih menunjukkan temuan yang beragam. Kamil et al. (2024) menemukan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku pengeluaran, tetapi peran sistem *pay-later* dalam memediasi pengaruh kedua variabel tersebut menunjukkan hasil yang berbeda. Sebaliknya, Zein & Sartika (2025) menemukan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup tidak berpengaruh langsung secara signifikan terhadap penggunaan Shopee PayLater, sedangkan perilaku konsumtif memberikan pengaruh positif. Aisjah (2024) lebih menekankan peran pengasuhan keuangan, efikasi diri keuangan, dan intensitas media sosial terhadap niat mahasiswa menggunakan BNPL. Penelitian lain menguji literasi keuangan bersama kepercayaan terhadap minat menggunakan *pay-later* (Aurin & Kusumastuti, 2023), sedangkan penelitian di lingkungan mahasiswa Jambi lebih banyak menempatkan kepercayaan, gaya hidup, dan pengaruh sosial sebagai penentu minat menggunakan Shopee PayLater (Maharani et al., 2023). Beberapa penelitian tersebut juga lebih berfokus pada perilaku konsumtif atau minat menggunakan layanan, bukan keputusan aktual penggunaan *pay-later* (Pamungkas & Putri, 2024).

Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya kesenjangan empiris yang perlu dikaji lebih lanjut. Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengintegrasikan literasi keuangan dan gaya hidup untuk menjelaskan keputusan penggunaan *pay-later* pada mahasiswa Universitas Adiwangsa Jambi. Pemilihan keputusan penggunaan sebagai variabel terikat dimaksudkan untuk melihat tindakan mahasiswa dalam memilih dan memanfaatkan layanan, bukan hanya kecenderungan konsumtif atau niat menggunakan fasilitas tersebut. Penelitian ini menggunakan *Theory of Planned Behavior* sebagai landasan untuk memahami pembentukan keputusan individu. Menurut Ajzen (1991), perilaku didahului oleh niat yang terbentuk melalui sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Literasi keuangan dapat diposisikan sebagai sumber pengetahuan dan kontrol kognitif dalam menilai kemampuan membayar, sedangkan gaya hidup merepresentasikan orientasi sikap, pilihan konsumsi, dan pengaruh lingkungan sosial yang dapat mengarahkan keputusan penggunaan *pay-later*. Pendekatan ini diharapkan memberikan penjelasan yang lebih utuh mengenai hubungan antara kemampuan finansial dan pola kehidupan mahasiswa dalam mengambil keputusan pembiayaan digital (Aisjah, 2024; Raj et al., 2024).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian mengenai keputusan penggunaan *pay-later* pada mahasiswa Universitas Adiwangsa Jambi penting dilakukan karena kelompok mahasiswa berhadapan langsung dengan kemudahan akses pembiayaan digital sekaligus memiliki keterbatasan kemampuan finansial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan penggunaan *pay-later*, menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap keputusan penggunaan *pay-later*, serta menganalisis pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup secara simultan terhadap keputusan penggunaan *pay-later* pada mahasiswa Universitas Adiwangsa Jambi. Hasil penelitian diharapkan dapat memperkuat bukti empiris mengenai perilaku penggunaan pembiayaan digital, menjadi bahan pertimbangan bagi perguruan tinggi dalam mengembangkan edukasi keuangan mahasiswa, dan mendorong mahasiswa menggunakan layanan *pay-later* secara lebih sadar, terencana, dan bertanggung jawab.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif kausal untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap keputusan penggunaan layanan *pay-later*. Penelitian dilaksanakan selama tiga bulan, yaitu Februari–April 2026, pada mahasiswa aktif kelas reguler Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Adiwangsa Jambi. Populasi penelitian berjumlah 124 mahasiswa yang terdiri atas 25 mahasiswa semester I, 41 mahasiswa semester III, 29 mahasiswa semester V, dan 29 mahasiswa semester VII. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin pada tingkat kesalahan 10% sehingga diperoleh sekurang-kurangnya 55 responden. Pemilihan responden dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria mahasiswa aktif Program Studi Manajemen Universitas Adiwangsa Jambi, mengetahui atau pernah menggunakan layanan *pay-later*, serta bersedia berpartisipasi secara sukarela dalam penelitian (Sugiyono, 2023).

Data penelitian dikumpulkan menggunakan kuesioner tertutup yang disebarkan secara daring melalui Google Form. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert lima tingkat, mulai dari 1 yang berarti sangat tidak setuju hingga 5 yang berarti sangat setuju. Kuesioner terdiri atas 30 pernyataan yang terbagi secara proporsional ke dalam tiga variabel, yaitu literasi keuangan sebanyak 10 pernyataan, gaya hidup sebanyak 10 pernyataan, dan keputusan penggunaan *pay-later* sebanyak 10 pernyataan. Penyusunan pernyataan dilakukan berdasarkan indikator konseptual setiap variabel yang diperoleh dari teori dan penelitian terdahulu. Pengumpulan data diawali dengan penyusunan instrumen, penyebaran tautan kuesioner

kepada responden yang memenuhi kriteria, pemeriksaan kelengkapan jawaban, serta penyaringan data sebelum dilakukan analisis.

Data dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Squares* (PLS-SEM) dengan bantuan aplikasi SmartPLS. Analisis dilakukan melalui evaluasi model pengukuran dan model struktural. Evaluasi model pengukuran mencakup validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas konstruk. Indikator dinyatakan memenuhi validitas konvergen apabila memiliki nilai *outer loading* ≥ 0,70 dan *Average Variance Extracted* (AVE) ≥ 0,50. Validitas diskriminan dievaluasi menggunakan nilai *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) < 0,90, sedangkan reliabilitas konstruk dinyatakan terpenuhi apabila nilai Cronbach's alpha dan *composite reliability* ≥ 0,70. Evaluasi model struktural dilakukan dengan menilai kolinearitas, koefisien determinasi atau R^2, ukuran pengaruh atau f^2, serta koefisien jalur antarvariabel. Pengujian hipotesis menggunakan prosedur *bootstrapping* dengan taraf signifikansi 5%. Hipotesis diterima apabila nilai *t-statistic* ≥ 1,96 dan *p-value* ≤ 0,05 (Hair et al., 2022).

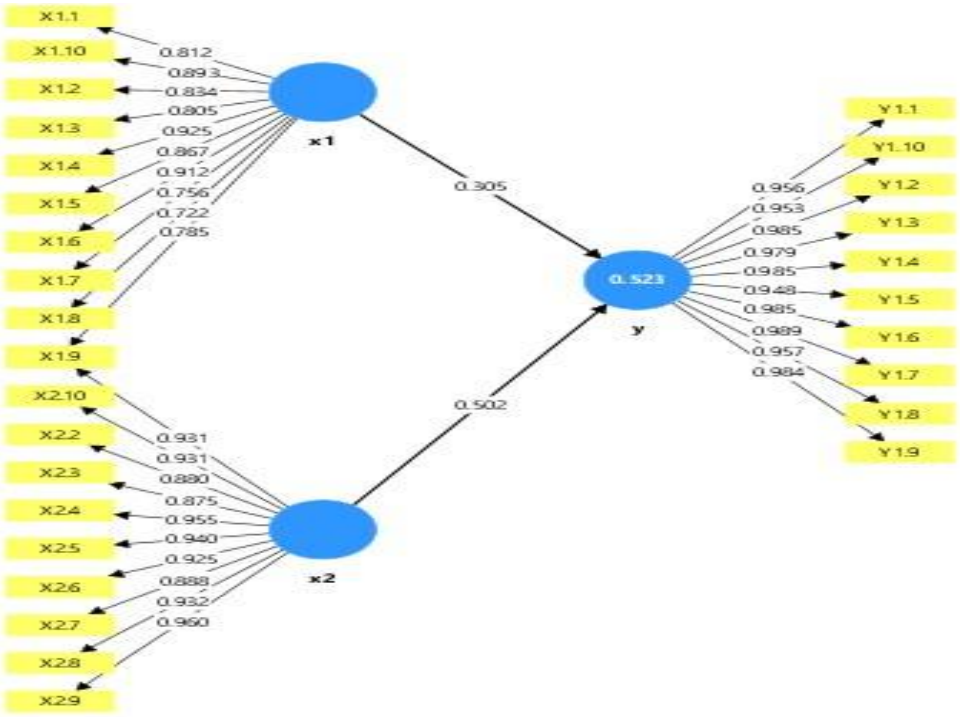
HASIL

Uji persyaratan dengan pendekatan *Partial Least Square- Structural Equaction Modeling* (PLS-SEM) menggunakan aplikasi SmartPLS. Pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa instrument penelitian memenuhi kriteria Validitas, sehingga hasil analisis dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.

1. Pengujian Outer Loading (Model Pengukuran)

a. Uji Convergent Validity

Pengujian outer model dilakukan untuk mengukur validitas dan reabilitas indikator pada setiap variabel penelitian. Indikator dinyatakan valid apabila memiliki nilai outer loading ≥ 0,70.



Gambar 1. Pengujian Outer Loading

Berdasarkan hasil outer loading, seluruh indikator telah memenuhi kriteria validitas dengan nilai ≥ 0,70, sehingga dinyatakan valid dan mampu merepresentasikan konstruk yang diukur secara baik dan dapat lanjut pada pengujian selanjutnya.

Tabel 1. Nilai Outer Loading (55 Responden)

Variabel	Indikator									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
X1	0.812	0.834	0.805	0.925	0.867	0.912	0.756	0.722	0.785	0.893
X2	0.931	0.880	0.875	0.955	0.940	0.925	0.888	0.932	0.960	0.931
Y	0.956	0.985	0.979	0.985	0.948	0.985	0.989	0.957	0.984	0.953

Berdasarkan pada tabel 3.2 *convergent validity* memenuhi kriteria outer loading ≥ 0,70 yang menunjukkan bahwa indikator yang digunakan pada penelitian ini telah mampu memenuhi kriteria secara baik dan konsisten.

b. Average Variance Extracted (AVE)

Selain melihat nilai loading factor, pengujian convergent validity juga dilakukan dengan melihat Average Variance Extracted (AVE). Nilai AVE digunakan untuk melihat tingkat kemampuan konstruk dinyatakan memenuhi konvergen validity apabila nilai AVE ≥ 0,50. Berdasarkan hasil analisis data menggunakan SmartPLS, diperoleh nilai sebagai berikut.

Tabel 2. Nilai Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	AVE	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	0,695	Valid
Gaya Hidup (X2)	0,850	Valid
Penggunaan Pay-Later (Y)	0,945	Valid

Berdasarkan hasil pada tabel 2 seluruh variabel dalam penelitian ini memperoleh nilai Average Variance Extracted (AVE) ≥ 050. Hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap konstruk telah memenuhi kriteria convergent validity, sehingga dapat dinyatakan bahwa indikator-indikator yang digunakan mampu menjelaskan konstruk dengan baik dan layak digunakan dalam penelitian.

c. Uji Reabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk menilai tingkat konsistensi data dari responden terhadap indikator dalam setiap variabel penelitian. Suatu variabel dinyatakan reliable apabila nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reability* ≥ 0,70%.

Tabel 3. Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reability (rho_a)	Composite Reability (rho_c)	Keterangan
X1	0,952	0,966	0,958	Reliabel
X2	0,980	0,982	0,983	Reliabel
Y	0,994	0,995	0,994	Reliabel

Berdasarkan hasil pada tabel 3. seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reability* ≥ 0,70. Dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki tingkat konsistensi yang baik dan dinyatakan reliable.

d. Uji Discriminant Validity

Uji Discriminant Validity dilakukan untuk memastikan bahwa indikator-indikator yang digunakan hanya mengukur konstruk yang dimaksud.

a) Metode-Monotrait Ratio (HTMT)

Metode HTMT digunakan untuk menguji validitas diskriminan antar variabel dalam penelitian. Suatu konstruk memiliki discriminant validity yang baik jika memiliki nilai < 0,90.

Tabel 4. Hasil Uji Discriminant Validity (HTMT)

Variabel	X1	X2	Y
Literasi Keuangan (X1)	-	-	-
Gaya Hidup (X2)	0.565	-	-
Penggunaan Pay-Later (Y)	0.589	0.682	-

Berdasarkan hasil pada tabel 4, seluruh nilai HTMT berada dibawah batas ketentuan yang telah ditetapkan, yaitu kurang dari 0,90. Hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap variabel

telah memenuhi kriteria discriminant validity, sehingga konstruk dalam penelitian mampu membedakan dirinya dengan konstruk lainnya secara baik.

b) Cross Lading

Pengujian Cross Loading juga digunakan untuk mengukur discriminant validity. Suatu indikator dinyatakan memenuhi kriteria apabila nilai loading pada konstruk yang diukur lebih tinggi dibandingkan konstruk lainnya serta memiliki nilai loading diatas 0,70.

Tabel 5. Hasil Cross Loading

Variabel	Indikator									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
X1	0.812	0.834	0.805	0.925	0.867	0.912	0.756	0.722	0.785	0.893
X2	0.417	0.383	0.309	0.671	0.546	0.637	0.323	0.203	0.324	0.734
Y	0.497	0.467	0.439	0.606	0.584	0.607	0.331	0.314	0.369	0.578
Variabel	Indikator									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
X1	0.587	0.535	0.500	0.514	0.520	0.537	0.527	0.539	0.539	0.554
X2	0.931	0.880	0.875	0.955	0.940	0.925	0.888	0.932	0.960	0.931
Y	0.612	0.595	0.562	0.645	0.659	0.666	0.576	0.628	0.660	0.643
Variabel	Indikator									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
X1	0.525	0.593	0.590	0.605	0.578	0.629	0.609	0.542	0.547	0.555
X2	0.569	0.629	0.679	0.718	0.741	0.719	0.688	0.562	0.636	0.619
Y	0.956	0.985	0.979	0.985	0.948	0.985	0.989	0.957	0.984	0.953

Berdasarkan hasil pada tabel 5, seluruh indikator pada masing-masing variabel memiliki nilai loading yang lebih tinggi pada konstruk yang diukurnya dibandingkan dengan konstruk lainnya. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh indikator telah memenuhi kriteria discriminant validity, sehingga mampu membedakan setiap konstruk dengan baik. Dengan demikian, model pengukuran (outer model) dinyatakan valid dan memenuhi persyaratan untuk dilanjutkan ke tahap pengujian sctuctural (inner model).

2. Pengujian Model Struktural (Inner Model)

Pengujian inner model dilakukan untuk menilai kekuatan pengaruh antarvariabel serta menguji kelayakan model penelitian secara keseluruhan.

a. Uji R-Square (R^2)

Uji R-Square digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen secara simultan pada suatu model penelitian. Semakin besar nilai R-Square yang diperoleh, maka semakin tinggi pula kemampuan variabel

independen dalam menjelaskan variabel dependen. Secara umum, nilai R-Square sebesar 0,75 menunjukkan kuat, 0,50 menunjukkan sedang dan 0,25 menunjukkan lemah.

Tabel 6. Hasil Uji R-Square (R2)

Variabel	R-Square	R-Square Adjusted	Kategori
Penggunaan Pay-Later (Y)	0.523	0.505	Sedang

Berdasarkan hasil Uji R-Square pada tabel 3.7 pada variabel keputusan penggunaan (Y) sebesar 0,523 menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan (X1) dan gaya hidup (X2) mampu menjelaskan variabel penggunaan *pay-later* (Y) sebesar 52,3% sementara itu, sisanya 47,7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

Nilai Adjusted R-Square sebesar 0,505 menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan yang cukup baik dalam menjelaskan hubungan antar variabel. Dengan demikian, pengaruh literasi keuanga dan gaya hidup tehadap keputusan pengunaan *paylater* termasuk kategori sedang.

b. Uji F-Square (f^2)

Uji F-Square merupakan pengujian untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dalam model penelitian. Secara umum, nilai f^2 sebesar 0,0 menunjukkan pengaruh kecil, 0,15 pengaruh sedang, dan 0,35 menunjukkan pengaruh besar.

Tabel 7. Hasil Uji F-Square (f2)

Hubungan Antar Variabel	Nilai	Kategori
Literasi Keuangan (X1)→ Penggunaan Pay-Later (Y)	0.129	Kecil
Gaya Hidup (X2)→Penggunaan Pay-Later (Y)	0.351	Besar

Berdasarkan Hasil Uji F-Square pada tabel 3.8 hasil uji F-Square (f^2) menunjukkan bahwa Literasi Keuangan (X1) memiiki nilai sebesar 0,129, sehingga termasuk dalam kategori kecil terhadap Penggunaan Pay-Later (Y). Sementara itu, variabel Gaya Hidup (X2) memiliki nilai f^2 sebesar 0,351 yang termasuk dalam kategori pengaruh besar terhadap Penggunaan Pay-Later (Y).

Dengan demikian, gaya hidup memiliki pengaruh lebih kuat terhadap keputusan penggunaan dibandingkan literasi keuangan.

3. Hasil Uji Hipotesis

Uji Hipotesis dalam penelitian ini dilakukan menggunakan metode *bootstrapping* pada aplikasi SmartPLS. Pengujian ini bertujuan untuk mengethui pengaruh antarvariabel melalui *t-statistic* dan *p-value*. Suatu hipotesis dinyatakan diterima apabila *t-statistic*≥ 1,96 dan nilai *p-value* ≤ 0,05 pada tingkat signifikasi 5%. Hasil pengujian digunakan untuk mengetahui signifikasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

1. Pengaruh Langsung (Path Coefficients)

Pengujian Path Coefficients dilakukan untuk mengetahui hubungan secara langsung antarvariabel. Nilai path coeffisients menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara langsung.

Tabel 8. Hasil Path Coefficients

Pengaruh antar variabel	Original Sampel (O)	Simpel Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T-Statistics	P-Values
(X1)→ (Y)	0.305	0.311	0.101	3.011	0.003
(X2)→ (Y)	0.502	0.501	0.103	4.878	0.000

Berdasarkan tabel 8. hasil Path Coefficients menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan (X1) memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0,305 dengan nilai T-Statistic sebesar 3,011 > 1,96 dan P-Values sebesar 0,003 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa Literasi Keuangan(X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan Pay-Later (Y).

Pada Variabel Gaya Hidup (X2) memiliki koefisien jalur sebesar 0,502 dengan T-Statistic 4,878 dan P-Values sebesar 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa gaya hidup (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan Pay-Later (Y).

Berdasarkan perbandingan nilai koefisien jalur, Gaya Hidup (X2) memiliki pengaruh lebih besar terhadap Penggunaan Pay-Later (Y) dibandingkan dengan literasi keuangan (X1). Hal ini terlihat dari nilai koefesien jalur Gaya Hidup (X2) lebih tinggi, yaitu 0,502 dibandingkan dengan literasi keuangan (X1) sebesar 0,305. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Gaya Hidup (X2) lebih dominan dalam memengaruhi Penggunaan Pay-Later (Y) pada penelitian ini.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Penggunaan *Pay-Later*

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *pay-later* pada mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Adiwangsa Jambi. Hasil tersebut dibuktikan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,305, *t-statistic* sebesar 3,011, dan *p-value* sebesar 0,003. Dengan demikian, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *pay-later* dapat diterima. Koefisien yang bernilai positif menunjukkan bahwa semakin baik literasi keuangan mahasiswa, semakin kuat pula dasar pertimbangannya dalam mengambil keputusan untuk menggunakan layanan tersebut.

Temuan ini menunjukkan bahwa pemahaman keuangan tidak selalu menyebabkan mahasiswa menghindari penggunaan *pay-later*. Literasi keuangan justru dapat membantu

mahasiswa menggunakan layanan tersebut secara lebih terencana. Mahasiswa yang memiliki pengetahuan keuangan yang baik cenderung mampu memahami bahwa *pay-later* merupakan bentuk pembiayaan yang menimbulkan kewajiban pembayaran pada masa mendatang. Sebelum mengambil keputusan, mereka mempertimbangkan biaya administrasi, tenor pembayaran, denda keterlambatan, kemampuan membayar, dan pengaruh cicilan terhadap kondisi keuangan pribadi. Oleh karena itu, pengaruh positif literasi keuangan perlu dipahami sebagai peningkatan kemampuan mahasiswa dalam menilai kelayakan penggunaan, bukan sebagai peningkatan perilaku konsumtif.

Hasil penelitian ini dapat dijelaskan melalui *Theory of Planned Behavior* yang menyatakan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku (Ajzen, 1991). Literasi keuangan berkaitan dengan persepsi kontrol perilaku karena memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada mahasiswa untuk mengendalikan keputusan finansialnya. Pemahaman mengenai risiko dan manfaat kredit digital membantu mahasiswa merasa lebih mampu menentukan apakah penggunaan *pay-later* sesuai dengan kondisi keuangan yang dimiliki. Literasi keuangan juga membentuk sikap yang lebih rasional karena mahasiswa tidak hanya menilai layanan berdasarkan kemudahan transaksi, tetapi juga berdasarkan konsekuensi finansial yang ditimbulkan.

Temuan penelitian ini sejalan dengan Aurin & Kusumastuti (2023) yang menemukan bahwa literasi keuangan memengaruhi minat penggunaan Shopee PayLater. Pengetahuan keuangan yang memadai membuat individu lebih mampu menilai manfaat dan risiko sebelum menggunakan fasilitas pembayaran tertunda. Hasil yang serupa juga dikemukakan oleh Wiyandari & Susilowati (2025), yang menjelaskan bahwa literasi keuangan berperan dalam membentuk keputusan penggunaan layanan keuangan digital. Individu yang memahami pengelolaan keuangan cenderung menggunakan kredit digital secara lebih berhati-hati dan mempertimbangkan kemampuan pembayaran.

Hasil penelitian ini berbeda dengan Zein & Sartika (2025), yang menemukan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh secara langsung terhadap penggunaan Shopee PayLater. Perbedaan tersebut dapat disebabkan oleh karakteristik responden, jenis platform, indikator variabel, dan lingkungan sosial yang berbeda. Penelitian ini melibatkan mahasiswa Program Studi Manajemen yang memiliki pengetahuan dasar mengenai pengelolaan keuangan sehingga literasi keuangan lebih mungkin digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan. Sementara

itu, penggunaan *pay-later* pada kelompok lain dapat lebih banyak dipengaruhi oleh promosi, kemudahan, perilaku konsumtif, atau tekanan lingkungan sosial.

Nilai *effect size* sebesar 0,129 menunjukkan bahwa pengaruh literasi keuangan berada pada kategori kecil menuju sedang. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa literasi keuangan merupakan faktor yang penting, tetapi bukan satu-satunya faktor yang menentukan keputusan mahasiswa. Pengetahuan keuangan yang baik belum tentu sepenuhnya mengurangi ketertarikan terhadap layanan *pay-later* karena mahasiswa juga dapat dipengaruhi oleh kebutuhan mendesak, promosi, kemudahan transaksi, pengaruh teman sebaya, dan keterbatasan uang tunai. Dengan demikian, peningkatan literasi keuangan perlu disertai pembentukan kemampuan mengendalikan konsumsi agar mahasiswa mampu menggunakan fasilitas tersebut secara bertanggung jawab.

2. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Penggunaan *Pay-Later*

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *pay-later*. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur sebesar 0,502, *t-statistic* sebesar 4,878, dan *p-value* < 0,000. Berdasarkan hasil tersebut, hipotesis kedua diterima. Koefisien positif menunjukkan bahwa semakin tinggi orientasi gaya hidup mahasiswa terhadap tren, kemudahan, aktivitas belanja, dan konsumsi digital, semakin besar kecenderungannya menggunakan layanan *pay-later*.

Gaya hidup mencerminkan pola aktivitas, minat, dan pilihan konsumsi individu. Mahasiswa yang aktif mengikuti perkembangan mode, teknologi, hiburan, kuliner, dan tren media sosial memiliki peluang lebih besar untuk melakukan transaksi. Ketika dana yang tersedia belum mencukupi, *pay-later* menjadi alternatif yang memungkinkan mahasiswa memperoleh barang atau jasa terlebih dahulu dan melakukan pembayaran pada waktu berikutnya. Kemudahan pendaftaran, proses transaksi yang cepat, cicilan, potongan harga, dan promosi khusus semakin memperkuat ketertarikan terhadap layanan tersebut.

Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan penggunaan *pay-later* juga dapat dijelaskan melalui *Theory of Planned Behavior*. Gaya hidup membentuk sikap mahasiswa terhadap penggunaan layanan pembayaran digital. Ketika *pay-later* dipersepsikan sebagai metode pembayaran yang praktis, modern, dan sesuai dengan pola hidup digital, mahasiswa akan memiliki sikap yang lebih positif terhadap layanan tersebut. Norma subjektif juga berperan ketika penggunaan *pay-later* dianggap sebagai hal yang biasa di lingkungan pertemanan atau

media sosial. Kondisi tersebut dapat mendorong mahasiswa mengikuti perilaku kelompok agar tidak tertinggal dari tren yang berkembang.

Temuan ini sejalan dengan Dewi & Raskadi (2025) , yang menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis berpengaruh positif terhadap penggunaan Shopee PayLater. Individu dengan orientasi konsumsi yang tinggi cenderung tertarik pada fasilitas pembayaran yang dapat mempermudah pemenuhan keinginan. Hasil ini juga mendukung penelitian Leonita & Wulandari (2024) yang menemukan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap penggunaan layanan *pay-later*. Pola hidup modern, aktivitas belanja daring, dan kebutuhan akan kepraktisan membuat layanan tersebut semakin relevan bagi generasi muda.

Hasil penelitian ini juga konsisten dengan (Kamil et al., 2024), yang menjelaskan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap penggunaan sistem *pay-later* dan perilaku pengeluaran. Individu yang memiliki intensitas konsumsi tinggi cenderung menjadikan *pay-later* sebagai sarana untuk mempertahankan pola belanjanya. Namun, temuan ini berbeda dengan Zein & Sartika (2025), yang menyatakan bahwa gaya hidup tidak berpengaruh secara langsung terhadap penggunaan Shopee PayLater. Perbedaan hasil tersebut dapat disebabkan oleh adanya variabel lain, seperti perilaku konsumtif, kontrol diri, pendapatan, atau perilaku keuangan yang memperkuat maupun memperlemah hubungan antara gaya hidup dan keputusan penggunaan.

Nilai *effect size* sebesar 0,351 menempatkan gaya hidup dalam kategori pengaruh yang besar. Nilai tersebut juga lebih tinggi dibandingkan pengaruh literasi keuangan. Hasil ini menunjukkan bahwa keputusan mahasiswa menggunakan *pay-later* lebih kuat dipengaruhi oleh pola konsumsi dan kesesuaian layanan dengan gaya hidup digital daripada oleh pertimbangan pengetahuan keuangan. Mahasiswa dapat memahami risiko penggunaan kredit digital, tetapi tetap menggunakannya karena layanan tersebut menawarkan kepraktisan dan membantu memenuhi kebutuhan maupun keinginan secara cepat.

Dominannya pengaruh gaya hidup menunjukkan bahwa edukasi keuangan tidak cukup hanya menekankan pengetahuan mengenai biaya dan risiko kredit. Mahasiswa juga perlu memperoleh pemahaman mengenai pengendalian diri, perbedaan kebutuhan dan keinginan, pembelian impulsif, serta pengaruh lingkungan sosial terhadap keputusan konsumsi. Upaya tersebut penting agar kemudahan layanan digital tidak mendorong penggunaan yang melampaui kemampuan finansial.

3. Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Penggunaan *Pay-Later*

Hasil evaluasi model struktural menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan dan gaya hidup mampu menjelaskan keputusan penggunaan *pay-later* sebesar 52,3%, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai R^2 sebesar 0,523. Nilai *adjusted* R^2 sebesar 0,505 menunjukkan bahwa setelah mempertimbangkan jumlah variabel prediktor, kemampuan model dalam menjelaskan keputusan penggunaan adalah sebesar 50,5%. Sementara itu, sebesar 47,7% keputusan penggunaan dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian.

Nilai R^2 tersebut berada pada kategori sedang. Hasil ini menunjukkan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup merupakan faktor penting dalam menjelaskan keputusan mahasiswa menggunakan *pay-later*, tetapi keduanya belum mampu menjelaskan keseluruhan perilaku penggunaan. Keputusan mahasiswa terbentuk melalui interaksi antara pertimbangan rasional dan dorongan konsumsi. Literasi keuangan memberikan kemampuan untuk memahami biaya, manfaat, dan risiko layanan, sedangkan gaya hidup membentuk preferensi mahasiswa terhadap kemudahan, tren, dan pola transaksi digital.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh yang lebih dominan daripada literasi keuangan. Hal ini tercermin dari koefisien jalur gaya hidup sebesar 0,502 dan nilai f^2 sebesar 0,351, sedangkan literasi keuangan memiliki koefisien jalur sebesar 0,305 dan nilai f^2 sebesar 0,129. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan belum tentu menjadi pertimbangan utama ketika mahasiswa berhadapan dengan promosi, kebutuhan konsumsi, tekanan sosial, dan kemudahan transaksi. Mahasiswa dapat mengetahui risiko penggunaan *pay-later*, tetapi tetap memutuskan menggunakannya karena layanan tersebut sesuai dengan pola hidup dan kebutuhan transaksinya.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Kamil et al. (2024) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup berhubungan dengan penggunaan *pay-later* dan perilaku pengeluaran. Akan tetapi, gaya hidup menunjukkan pengaruh yang lebih kuat karena berhubungan langsung dengan aktivitas konsumsi pengguna. Hasil penelitian juga mendukung pandangan bahwa penggunaan layanan keuangan digital bersifat multidimensional. Keputusan tidak hanya dipengaruhi oleh pengetahuan keuangan, tetapi juga oleh faktor psikologis, sosial, ekonomi, dan teknologi.

Sisa pengaruh sebesar 47,7% menunjukkan bahwa terdapat faktor lain yang dapat menentukan keputusan penggunaan *pay-later*. Faktor tersebut dapat berupa persepsi

kemudahan, persepsi manfaat, kepercayaan terhadap platform, keamanan data, risiko finansial, promosi, pendapatan, uang saku, kontrol diri, perilaku konsumtif, pengaruh teman sebaya, dan intensitas penggunaan media sosial. Faktor-faktor tersebut perlu dipertimbangkan pada penelitian berikutnya agar model yang dihasilkan dapat menjelaskan keputusan penggunaan secara lebih komprehensif.

Secara teoretis, hasil penelitian memperkuat penerapan *Theory of Planned Behavior* dalam menjelaskan keputusan penggunaan layanan keuangan digital. Literasi keuangan berhubungan dengan persepsi kontrol perilaku, sedangkan gaya hidup berkaitan dengan sikap dan norma subjektif. Dominannya gaya hidup menunjukkan bahwa keputusan finansial tidak selalu ditentukan oleh pengetahuan yang dimiliki, tetapi juga oleh kebiasaan konsumsi dan pengaruh lingkungan sosial.

Secara praktis, hasil penelitian dapat menjadi dasar bagi Universitas Adiwangsa Jambi untuk mengembangkan program literasi keuangan digital yang lebih kontekstual. Program tersebut tidak hanya membahas pengelolaan anggaran, bunga, cicilan, dan denda, tetapi juga perlu mencakup pengendalian konsumsi, pembelian impulsif, pengaruh media sosial, dan penyusunan prioritas kebutuhan. Penyedia layanan *pay-later* juga perlu menyampaikan informasi biaya secara transparan, memberikan pengingat pembayaran, dan menentukan batas pembiayaan berdasarkan kemampuan pengguna.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena responden hanya berasal dari satu program studi dan satu perguruan tinggi dengan jumlah sampel yang relatif terbatas. Teknik *purposive sampling* juga membatasi kemampuan generalisasi hasil. Data diperoleh melalui kuesioner yang diisi sendiri oleh responden sehingga masih mungkin mengandung bias subjektivitas. Selain itu, penelitian hanya menggunakan dua variabel independen dan belum membedakan platform, frekuensi transaksi, jumlah cicilan, maupun riwayat keterlambatan pembayaran. Penelitian selanjutnya disarankan melibatkan responden dari beberapa perguruan tinggi, menggunakan sampel yang lebih besar, serta menambahkan variabel kontrol diri, pendapatan, promosi, persepsi risiko, pengaruh sosial, dan perilaku konsumtif.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup berperan penting dalam membentuk keputusan penggunaan *pay-later* pada mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Adiwangsa Jambi. Literasi keuangan terbukti berpengaruh

positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *pay-later*, yang berarti bahwa semakin baik pemahaman mahasiswa mengenai pengelolaan keuangan, semakin kuat pula kemampuannya dalam mempertimbangkan manfaat, biaya, risiko, dan konsekuensi pembayaran sebelum menggunakan layanan tersebut. Gaya hidup juga berpengaruh positif dan signifikan serta memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan literasi keuangan. Temuan ini menunjukkan bahwa pola konsumsi, kebutuhan akan kepraktisan, kebiasaan bertransaksi secara digital, dan kecenderungan mengikuti tren menjadi faktor penting dalam mendorong mahasiswa menggunakan *pay-later*. Secara bersama-sama, literasi keuangan dan gaya hidup mampu menjelaskan 52,3% variasi keputusan penggunaan *pay-later*, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Secara ilmiah, penelitian ini memperkuat pemahaman bahwa keputusan penggunaan layanan pembiayaan digital tidak hanya dibentuk oleh kemampuan kognitif dalam mengelola keuangan, tetapi juga oleh faktor sosial dan pola kehidupan pengguna. Temuan tersebut memberikan dukungan empiris terhadap penerapan *Theory of Planned Behavior* dalam konteks penggunaan *pay-later*, khususnya melalui keterkaitan literasi keuangan dengan persepsi kontrol perilaku serta gaya hidup dengan sikap dan norma subjektif. Secara praktis, hasil penelitian dapat menjadi dasar bagi perguruan tinggi untuk mengembangkan edukasi keuangan digital yang menggabungkan pemahaman mengenai kredit digital, pengendalian konsumsi, dan pengelolaan anggaran. Penelitian selanjutnya disarankan melibatkan sampel yang lebih luas dari beberapa program studi dan perguruan tinggi, menggunakan desain longitudinal, serta memasukkan variabel lain seperti kontrol diri, pendapatan, promosi, persepsi risiko, pengaruh sosial, dan perilaku konsumtif agar keputusan penggunaan *pay-later* dapat dijelaskan secara lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

Aisjah, S. (2024). Intention to use buy-now-pay-later payment system among university students: A combination of financial parenting, financial self-efficacy, and social media intensity. *Cogent Social Sciences, 10*(1), 2306705. https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2306705

Aji, H. M., Husin, M. M., Othman, A. K., Hidayat, A., & Wan Rashid, W. E. (2024). Religious-based ethics and buy-now-pay-later re-usage intention among Muslim consumers in Indonesia and Malaysia: A commitment-trust theory perspective. *Cogent Business & Management, 11*(1), 2363441. https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2363441

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

Aurin, R., & Kusumastuti, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan Shopee Pay Later. *JCA (Jurnal Cendekia Akuntansi), 4*(2), 82–93. https://doi.org/10.32503/akuntansi.v4i2.4522

Choung, Y., Chatterjee, S., & Pak, T.-Y. (2023). Digital financial literacy and financial well-being. *Finance Research Letters, 58*, 104438. https://doi.org/10.1016/j.frl.2023.104438

Dewi, S. Y. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Hedonis terhadap Intensitas Penggunaan Shopee PayLater pada Mahasiswa Penerima KIP-K di International Women University (IWU) Kota Bandung. *JPNM: Jurnal Pustaka Nusantara Multidisiplin, 3*(2), 1–12. https://doi.org/10.59945/jpnm.v3i2.544

Kamil, I., Ariani, M., & Irawan, I. A. (2024). The influence of lifestyle and financial literacy on online PayLater system and its impact on spending behavior. *Journal of Economics and Business Letters, 4*(2), 51–62. https://doi.org/10.55942/jebl.v4i2.285

Kumar, S., & Nayak, J. K. (2024). Understanding the intricacies of risky indebtedness, impulse buying and perceived risk in buy-now-pay-later adoption. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, 36*(7), 1697–1716. https://doi.org/10.1108/APJML-08-2023-0759

Lastari, A. W., Mutiara, I., Agustian, E., & Mulyani, S. (2023). Peningkatan Literasi Keuangan untuk Peningkatan Kinerja dan Keberlangsungan UMKM Kota Jambi. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains), 8*(2), 1599–1607. https://doi.org/10.33087/jmas.v8i2.1420

Leonita, D., & Wulandari, S. (2024). Pengaruh Fitur Shopee PayLater, Literasi Keuangan, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online di Shopee: Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Program Studi Manajemen Angkatan 2020. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan, 13*(2), 554–566. https://doi.org/10.22437/jmk.v13i02.33657

Lupşa-Tătaru, D. A., Nichifor, E., Dovleac, L., Chiţu, I. B., Todor, R. D., & Brătucu, G. (2023). Buy now pay later—A fad or a reality? A perspective on electronic commerce. *Economies, 11*(8), 218. https://doi.org/10.3390/economies11080218

Maharani, N. I., Arsa, & Noor, F. S. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Gaya Hidup, dan Pengaruh Sosial terhadap Minat Penggunaan Shopee PayLater pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi. *Jurnal Sains Student Research, 1*(2), 130–143. https://doi.org/10.61722/jssr.v1i2.120

Mappadang, A., Hendryadi, H., Yoewono, H., Elizabeth, E., & Fitriawati, R. (2025). The God locus of financial control, impulsive use of buy-now-pay-later service, and subjective financial well-being among accounting students: The role of social comparison tendencies. *Cogent Social Sciences, 11*(1), 2474192. https://doi.org/10.1080/23311886.2025.2474192

OECD. (2024). *2023 OECD digital government index: Results and key findings*. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/1a89ed5e-en

Otoritas Jasa Keuangan. (2025, April 11). *Sektor Jasa Keuangan Tetap Resilien Didukung Fundamental Perekonomian yang Solid di Tengah Meningkatnya Risiko Ketidakpastian*. https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/RDKB-Maret-2025.aspx

Otoritas Jasa Keuangan, & Badan Pusat Statistik. (2025, May 2). *Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Masyarakat Meningkat: OJK dan BPS Umumkan Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) Tahun 2025*. https://ojk.go.id/id/berita-dan-

kegiatan/siaran-pers/Pages/OJK-dan-BPS-Umumkan-Hasil-Survei-Nasional-Literasi-Dan-Inklusi-Keuangan-SNLIK-Tahun-2025.aspx

Pamungkas, W. S., & Putri, S. I. (2024). The influence of financial literacy, lifestyle, and Pay Later use on consumptive behavior. *Journal of Advances in Accounting, Economics, and Management, 1*(4), 1–14. https://doi.org/10.47134/aaem.v1i4.437

Raj, V. A., Jasrotia, S. S., & Rai, S. S. (2025). Role of perceived risks and perceived benefits on consumers' behavioural intention to use buy-now, pay-later (BNPL) services. *Journal of Facilities Management, 23*(2), 330–351. https://doi.org/10.1108/JFM-01-2023-0004

Threadgold, S., Shannon, B., Haro, A., Cook, J., Davies, K., Coffey, J., Farrugia, D., Matthews, B., Healy, J., & Burrows, R. (2025). Buy now, pay later technologies and the gamification of debt in the financial lives of young people. *Journal of Cultural Economy, 18*(1), 52–67. https://doi.org/10.1080/17530350.2024.2346210

Wiyandari, R. P., & Susilowati, E. (2025). Analisis Akuntabilitas dan Transparansi Keuangan sebagai Bentuk Pencegahan Korupsi pada Perusahaan Publik dalam Perspektif Keberlanjutan Sosial dan SDGs. *BAJ: Behavioral Accounting Journal, 8*(1), 76–104. https://doi.org/10.33005/baj.v8i1.404

Zahra, D. R., & Anoraga, P. (2021). The influence of lifestyle, financial literacy, and social demographics on consumptive behavior. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business, 8*(2), 1033–1041. https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no2.1033

Zein, A. Z., & Sartika, F. (2025). Financial literacy, consumptive behavior, and lifestyle on the use of Shopee PayLater with the moderating role of financial behavior. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics, 8*(2), 5910–5927. https://doi.org/10.31538/iijse.v8i2.6017