

# PENGARUH PENDAPATAN, LITERASI KEUANGAN, GAYA HIDUP, DAN LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP PENGGUNAAN PAYLATER DIMEDIASI PERILAKU KONSUMTIF

*The Influence of Income, Financial Literacy, Lifestyle, and Social Environment on  
PayLater Usage Mediated by Consumptive Behavior*

Muhammad Dody Suhada<sup>1)</sup>, Adler Haymans Manurung<sup>2)\*</sup> dan Idel Eprianto<sup>3)</sup>

<sup>1),2),3)</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya  
Jl. Harsono No. 67, Pasar Minggu, Jakarta Selatan, Indonesia

Diajukan 11 Maret 2026 / Disetujui 29 Maret 2026

## Abstrak

Perkembangan teknologi finansial telah menghadirkan berbagai inovasi layanan pembayaran digital, salah satunya layanan paylater yang memberikan kemudahan transaksi dengan sistem pembayaran tertunda. Kemudahan tersebut mendorong perubahan perilaku konsumsi masyarakat, termasuk di kalangan aparatur sipil negara. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pendapatan, literasi keuangan, gaya hidup, dan lingkungan sosial terhadap penggunaan layanan paylater dengan perilaku konsumtif sebagai variabel mediasi pada pegawai Kementerian Agama Kota Bekasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Square (SEM-PLS). Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang merupakan pegawai Kementerian Agama Kota Bekasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan, gaya hidup, dan lingkungan sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, sedangkan literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Namun demikian, pendapatan, literasi keuangan, gaya hidup, dan lingkungan sosial tidak berpengaruh secara langsung terhadap penggunaan layanan paylater. Sebaliknya, perilaku konsumtif terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan paylater. Analisis mediasi menunjukkan bahwa perilaku konsumtif memediasi hubungan antara literasi keuangan, gaya hidup, dan lingkungan sosial terhadap penggunaan paylater, tetapi tidak memediasi hubungan antara pendapatan dan penggunaan paylater. Temuan ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif menjadi faktor kunci dalam menjelaskan keputusan penggunaan layanan paylater. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan dan pengendalian perilaku konsumsi menjadi penting dalam mengelola penggunaan layanan keuangan digital secara lebih bijak.

**Kata Kunci:** Pendapatan, Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Lingkungan Sosial, Perilaku Konsumtif, Paylater

## Abstract

The development of financial technology has introduced various digital payment innovations, one of which is the paylater service that allows users to make transactions with deferred payments. This convenience has influenced changes in consumer behavior, including among public sector employees. This study aims to analyze the effect of income, financial literacy, lifestyle, and social environment on the use of paylater services with consumptive behavior as a mediating variable among employees of the Ministry of Religious Affairs in Bekasi City. This research uses a quantitative approach with Structural Equation Modeling based on Partial Least Square (SEM-PLS). Data were collected through questionnaires distributed to employees of the Ministry of Religious Affairs in Bekasi City. The results indicate that income, lifestyle, and social environment significantly influence consumptive behavior, while financial literacy has a negative significant effect on consumptive behavior. However, income, financial literacy, lifestyle, and social environment do not directly affect paylater usage. On the other hand, consumptive behavior significantly and positively influences paylater usage. Mediation analysis shows that consumptive behavior mediates the relationship between

---

\* Author Correspondence:

E-mail: 202420151005@mhs.ubharajaya.ac.id

*financial literacy, lifestyle, and social environment on paylater usage, but does not mediate the relationship between income and paylater usage. These findings indicate that consumptive behavior plays a key role in explaining the decision to use paylater services. Therefore, improving financial literacy and controlling consumption behavior are important to manage the use of digital financial services more responsibly..*

**Keywords:** *Income, financial Literacy, Lifestyle, Social Environment, Consumptive Behavior, Paylater*

## Pendahuluan

Perkembangan teknologi finansial telah mengubah pola transaksi keuangan masyarakat secara signifikan. Kemunculan berbagai layanan keuangan digital, seperti dompet elektronik dan sistem pembayaran berbasis aplikasi, memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi secara cepat dan praktis. Salah satu inovasi yang semakin populer adalah layanan paylater yang memungkinkan pengguna melakukan pembelian terlebih dahulu dan membayar di kemudian hari. Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola perilaku konsumsi masyarakat, termasuk dalam penggunaan layanan keuangan berbasis teknologi seperti paylater.

Kemudahan akses transaksi, fleksibilitas pembayaran, serta integrasi layanan digital dalam aktivitas belanja daring menjadikan paylater sebagai salah satu alternatif metode pembayaran yang semakin populer di kalangan masyarakat. Perubahan tersebut tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi, tetapi juga oleh faktor perilaku, gaya hidup, serta pengaruh lingkungan sosial yang membentuk pola konsumsi individu. Dalam konteks perilaku konsumen digital, interaksi individu dengan platform digital dapat memengaruhi preferensi, loyalitas, serta keputusan konsumsi yang diambil oleh pengguna (Trisettiando & Ali, 2025)

Selain itu, perkembangan media digital juga mendorong terbentuknya perilaku konsumsi yang semakin dipengaruhi oleh tren sosial dan interaksi dalam lingkungan digital. Platform digital tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi, tetapi juga sebagai sarana pembentukan persepsi konsumen terhadap produk dan layanan yang digunakan. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi modern semakin dipengaruhi oleh faktor psikologis dan sosial yang terbentuk melalui interaksi digital (Trisettiando & Ali, 2025) Oleh karena itu, pemahaman mengenai hubungan antara faktor ekonomi, sosial, dan perilaku konsumtif menjadi penting dalam menjelaskan kecenderungan individu dalam menggunakan layanan keuangan digital seperti paylater.

Perkembangan layanan keuangan digital, seperti paylater, tidak terlepas dari perubahan perilaku konsumsi masyarakat yang semakin dipengaruhi oleh berbagai faktor ekonomi dan pemasaran. Keputusan konsumen dalam menggunakan suatu produk atau layanan tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan finansial, tetapi juga oleh persepsi terhadap nilai, harga, dan manfaat yang ditawarkan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa faktor kualitas produk, harga, serta aktivitas promosi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dalam berbagai konteks pasar (Kristhianto et al., 2025).

Selain itu, persepsi konsumen terhadap citra merek dan kualitas produk juga terbukti memengaruhi keputusan pembelian serta membentuk preferensi konsumsi individu (Saputra et al., n.d.) Dalam konteks layanan keuangan digital, faktor-faktor tersebut dapat tercermin dalam kecenderungan individu menggunakan fasilitas pembayaran seperti paylater untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumsi. Layanan paylater berkembang pesat sebagai salah satu inovasi dalam sistem pembayaran digital karena memberikan fleksibilitas dalam pengelolaan transaksi serta kemudahan bagi konsumen untuk melakukan pembelian dengan sistem pembayaran tertunda.

Data Otoritas Jasa Keuangan menunjukkan bahwa penggunaan layanan buy now pay later di Indonesia terus meningkat seiring dengan pertumbuhan transaksi digital dan penetrasi layanan keuangan berbasis teknologi. Kondisi ini juga diperkuat oleh laporan Kredivo tahun 2024 yang menunjukkan bahwa pengguna paylater didominasi kelompok usia produktif dengan intensitas transaksi yang semakin tinggi, terutama untuk kebutuhan konsumsi non-primer. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa layanan paylater tidak hanya digunakan sebagai alat pembayaran, tetapi juga telah menjadi bagian dari pola konsumsi masyarakat modern.

Namun demikian, kemudahan akses tersebut juga berpotensi mendorong munculnya perilaku konsumtif apabila tidak diimbangi dengan kemampuan pengelolaan keuangan yang baik. Penelitian Rahima dan Cahyadi (2022) menunjukkan bahwa fitur layanan Shopee PayLater berpengaruh terhadap peningkatan perilaku konsumtif pengguna, terutama dalam pembelian impulsif. Di sisi lain, Powell et al. (2023) menjelaskan bahwa penggunaan layanan buy now pay later dapat meningkatkan risiko perilaku keuangan yang kurang terkendali apabila individu tidak memiliki pengelolaan keuangan yang memadai.

Pendapatan merupakan salah satu faktor yang memengaruhi kemampuan konsumsi seseorang. Individu dengan tingkat pendapatan yang lebih tinggi cenderung memiliki daya beli yang lebih besar sehingga berpotensi meningkatkan aktivitas konsumsi. Penelitian Bukhari et al. (2022) menemukan bahwa pendapatan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif dalam transaksi digital. Namun, hasil penelitian Lestari, Rianto, dan Bukhari (2023) menunjukkan bahwa pendapatan tidak selalu berpengaruh langsung terhadap keputusan penggunaan layanan paylater, sehingga masih terdapat perbedaan hasil empiris yang perlu dikaji lebih lanjut.

Selain faktor ekonomi, literasi keuangan juga berperan penting dalam menentukan bagaimana seseorang mengelola pendapatan dan pengeluaran secara rasional. Menurut Annamaria Lusardi (2019), literasi keuangan merupakan kemampuan dasar yang diperlukan individu untuk mengambil keputusan ekonomi secara tepat. Akan tetapi, beberapa penelitian menunjukkan bahwa meskipun individu memiliki tingkat literasi keuangan yang cukup baik, penggunaan layanan paylater tetap meningkat karena dipengaruhi faktor perilaku dan kemudahan teknologi (Rahmawati & Mirati, 2022).

Selain faktor ekonomi, gaya hidup dan lingkungan sosial juga memiliki pengaruh dalam membentuk pola konsumsi individu. Gaya hidup yang berorientasi pada tren dan simbol status dapat mendorong individu untuk melakukan konsumsi yang lebih intensif. Penelitian Pulungan dan Febriaty (2018) menunjukkan bahwa gaya hidup modern berkontribusi terhadap meningkatnya perilaku konsumtif, terutama pada kelompok usia produktif. Sementara itu, lingkungan sosial seperti keluarga, teman sebaya, dan kelompok referensi dapat memengaruhi preferensi serta keputusan konsumsi seseorang (Dewi & Rusdarti, 2017). Berdasarkan perbedaan hasil penelitian terdahulu dan meningkatnya penggunaan layanan paylater, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis bagaimana faktor ekonomi, perilaku, dan sosial memengaruhi penggunaan paylater dengan perilaku konsumtif sebagai variabel mediasi.

## Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian survei. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel secara empiris melalui pengolahan data numerik dan analisis statistik. Data penelitian diperoleh dari responden melalui kuesioner terstruktur yang disusun untuk mengukur persepsi responden terhadap variabel yang diteliti. Instrumen penelitian yang digunakan telah dirancang berdasarkan indikator teoritis sehingga mampu menggambarkan konstruk penelitian secara objektif dan sistematis.

Penelitian ini menggunakan model analisis Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS). Metode SEM-PLS dipilih karena mampu menganalisis hubungan kausal antar variabel laten secara simultan, serta sesuai digunakan pada model penelitian yang memiliki beberapa variabel dengan indikator yang cukup banyak. Selain itu, pendekatan PLS tidak mensyaratkan distribusi data normal secara ketat sehingga lebih fleksibel dalam menganalisis data penelitian sosial.

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen, variabel mediasi, dan variabel dependen. Variabel independen meliputi pendapatan, literasi keuangan, gaya hidup, dan lingkungan sosial. Variabel mediasi yang digunakan adalah perilaku konsumtif, sedangkan variabel dependen adalah penggunaan layanan paylater. Model penelitian dirancang untuk menganalisis pengaruh langsung maupun tidak langsung dari variabel independen terhadap penggunaan layanan paylater melalui perilaku konsumtif sebagai variabel mediasi. Untuk memperjelas konstruk penelitian, operasionalisasi variabel disajikan pada tabel berikut.

**Tabel 1. Definisi Operasional variabel**

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator
Pendapatan (X1)	Kemampuan finansial individu yang diperoleh secara rutin untuk memenuhi kebutuhan hidup	Stabilitas pendapatan	Pendapatan tetap, kecukupan pendapatan, kepastian finansial
Literasi Keuangan (X2)	Kemampuan individu memahami, mengelola, dan mengambil keputusan keuangan secara rasional	Pengetahuan keuangan	Pemahaman pengeluaran, pengelolaan utang, perencanaan keuangan
Gaya Hidup (X3)	Pola hidup individu yang tercermin dari aktivitas, minat, dan opini dalam kehidupan sehari-hari	Activity, Interest, Opinion	Aktivitas konsumsi, preferensi tren, orientasi gaya hidup
Lingkungan Sosial (X4)	Pengaruh lingkungan sekitar terhadap perilaku konsumsi individu	Norma sosial	Pengaruh keluarga, teman sebaya, media sosial
Perilaku Konsumtif (Z)	Kecenderungan individu melakukan konsumsi berlebihan tanpa pertimbangan rasional	Impulsive buying	Pembelian spontan, pemborosan, pembelian tidak terencana
Penggunaan Paylater (Y)	Intensitas penggunaan layanan pembayaran tunda dalam transaksi digital	Sikap perilaku	Kemudahan penggunaan, niat penggunaan, frekuensi penggunaan

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pegawai Kementerian Agama Kota Bekasi yang berjumlah 686 orang. Sampel penelitian ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel dengan mempertimbangkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Penentuan ukuran sampel mengacu pada pedoman (Hair et al., 2010) yang menyatakan bahwa jumlah sampel minimal dalam analisis SEM-PLS berkisar antara 5 sampai 15 kali jumlah indikator penelitian. Berdasarkan jumlah indikator yang digunakan, maka diperoleh jumlah sampel minimum sebanyak 270 responden. Responden yang dipilih adalah pegawai yang mengetahui atau pernah menggunakan layanan paylater.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu pegawai Kementerian Agama Republik Indonesia Kota Bekasi. Pemilihan responden dilakukan karena pegawai merupakan kelompok usia produktif yang secara aktif terlibat dalam penggunaan teknologi digital, termasuk layanan keuangan berbasis aplikasi, sehingga memiliki karakteristik yang relevan dengan tujuan penelitian. Selain itu, pegawai memiliki sumber pendapatan tetap, tingkat pendidikan yang relatif homogen, serta akses terhadap berbagai layanan transaksi digital yang memungkinkan munculnya variasi perilaku dalam penggunaan layanan paylater. Kondisi tersebut menjadikan kelompok ini tepat untuk mengamati hubungan antara pendapatan, literasi keuangan, gaya hidup, lingkungan sosial, perilaku konsumtif, serta keputusan penggunaan layanan paylater.

Analisis dilakukan terhadap karakteristik individu responden yang berkaitan dengan seluruh variabel penelitian untuk memperoleh gambaran empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan layanan paylater dalam konteks pegawai sektor publik. Data penelitian diperoleh melalui kuesioner yang disebarluaskan secara daring menggunakan Google Form. Kuesioner terdiri dari beberapa bagian, yaitu bagian pendahuluan yang berisi penjelasan mengenai tujuan penelitian, bagian identitas responden, dan bagian pertanyaan utama yang berkaitan dengan variabel penelitian. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert lima tingkat, yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju.

Instrumen penelitian dikembangkan berdasarkan definisi operasional masing-masing variabel. Variabel penggunaan layanan paylater diukur berdasarkan pendekatan Theory of Planned Behavior yang meliputi dimensi sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, dan niat. Variabel perilaku konsumtif diukur melalui dimensi pembelian impulsif, pemborosan, dan pembelian tidak rasional. Variabel pendapatan diukur melalui dimensi stabilitas pendapatan, sumber pendapatan permanen, ekspektasi dan perencanaan keuangan, kepastian finansial jangka panjang, serta akses terhadap sumber daya tambahan. Variabel literasi keuangan diukur melalui dimensi konten, proses, dan konteks. Sementara itu, variabel gaya hidup diukur melalui dimensi aktivitas, minat, dan opini, serta variabel lingkungan sosial diukur melalui dimensi norma sosial, lingkungan keluarga, lingkungan teman sebaya, dan lingkungan media sosial.

Model matematis penelitian dirumuskan untuk menggambarkan hubungan antar variabel sebagai berikut:

$$Z = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon_1$$

$$Y = \alpha + \beta_5 Z + \beta_6 X_1 + \beta_7 X_2 + \beta_8 X_3 + \beta_9 X_4 + \varepsilon_2$$

di mana:

y = penggunaan paylater

z = perilaku konsumtif

x1 = pendapatan

x2 = literasi keuangan

x3 = gaya hidup

x4 = lingkungan sosial

Koefisien  $\alpha$  dan  $\beta$  merupakan parameter yang menunjukkan besarnya pengaruh antar variabel dalam model penelitian. Analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak SmartPLS. Tahapan analisis meliputi pengujian model pengukuran (outer model) untuk menilai validitas dan reliabilitas indikator, serta pengujian model struktural (inner model) untuk menguji hubungan antar variabel dan signifikansi hipotesis penelitian. Pengujian signifikansi dilakukan menggunakan metode bootstrapping dengan melihat nilai t-statistic dan p-value. Hipotesis penelitian diterima apabila nilai t-statistic lebih besar dari nilai kritis yang ditentukan atau nilai p-value lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan.

## Hasil Dan Pembahasan

Penelitian ini menganalisis pengaruh pendapatan, literasi keuangan, gaya hidup, dan lingkungan sosial terhadap penggunaan layanan paylater dengan perilaku konsumtif sebagai variabel mediasi pada pegawai Kementerian Agama Kota Bekasi. Analisis data dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Square (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Analisis meliputi karakteristik responden, evaluasi model pengukuran, evaluasi model struktural, serta pengujian hipotesis.

### Karakteristik Responden

**Tabel 2. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Perempuan	160	59,3
2	Laki-laki	110	40,7
	Total	270	100

**Tabel 3. Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1	<25 tahun	5	1,9
2	25–34 tahun	40	14,8
3	35–44 tahun	66	24,4
4	>45 tahun	159	58,9
Total		270	100

**Tabel 4. Pendidikan Terakhir Responden**

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1	SMA	23	8,5
2	Diploma	3	1,1
3	Sarjana (S1)	189	70
4	Pascasarjana	55	20,4
Total		270	100

Mayoritas responden memiliki pendidikan **Sarjana (70%)**.

**Tabel 5. Pendapatan Bulanan Responden**

No	Pendapatan	Jumlah	Persentase (%)
1	1–3 juta	29	10,7
2	3–5 juta	92	34,1
3	5–10 juta	140	51,9
4	>10 juta	9	3,3
Total		270	100

Sebagian besar responden memiliki pendapatan **Rp5–10 juta (51,9%)**.

**Tabel 6. Masa Kerja Responden**

No	Masa Kerja	Jumlah	Persentase (%)
1	<3 tahun	43	15,9
2	3–5 tahun	30	11,1
3	6–10 tahun	20	7,4
4	>10 tahun	177	65,6
Total		270	100

Mayoritas responden memiliki masa kerja **lebih dari 10 tahun (65,6%)**.

**Evaluasi Model Pengukuran**  
**Tabel 7. Hasil Uji Validitas (Outer Loading)**

Variabel	Indikator	Loading
Pendapatan	PD1	0,812
	PD2	0,846
	PD3	0,791
	PD4	0,734
Literasi Keuangan	LK1	0,828
	LK2	0,857
	LK3	0,804
	LK4	0,768
Gaya Hidup	GH1	0,743
	GH2	0,789
	GH3	0,821
Lingkungan Sosial	LS1	0,816
	LS2	0,794
Perilaku Konsumtif	PK1	0,847
	PK2	0,812
Penggunaan Paylater	PY1	0,833
	PY2	0,801

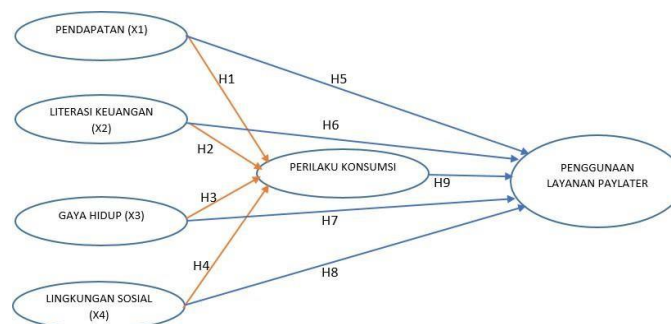
Semua indikator memiliki **outer loading >0,70** sehingga dinyatakan **valid**.

### Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan melihat nilai outer loading masing-masing indikator terhadap konstruk laten. Indikator dinyatakan valid apabila memiliki nilai outer loading di atas 0,70 (Hair et al., 2017). Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh indikator pada variabel pendapatan, literasi keuangan, gaya hidup, lingkungan sosial, perilaku konsumtif, dan penggunaan paylater memiliki nilai outer loading di atas batas yang dipersyaratkan. Dengan demikian, seluruh indikator dinyatakan valid dan mampu merepresentasikan konstruk penelitian secara memadai.

### Diagram Jalur

Diagram jalur disusun untuk menggambarkan hubungan struktural antara variabel laten beserta indikator penyusunnya berdasarkan hasil estimasi model SEM-PLS. Diagram ini menunjukkan arah dan kekuatan pengaruh antar variabel dalam model penelitian, sehingga memudahkan pemahaman terhadap keterkaitan antara inner model dan outer model yang telah dirancang.



Gambar 1 . Kerangka Penelitian

**Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach Alpha	Composite Reliability
Pendapatan	0,842	0,887
Literasi Keuangan	0,864	0,902
Gaya Hidup	0,879	0,913
Lingkungan Sosial	0,831	0,881
Perilaku Konsumtif	0,856	0,899
Penggunaan Paylater	0,883	0,919

Semua variabel memiliki nilai >0,70, sehingga dinyatakan **reliabel**.

Reliabilitas konstruk diukur menggunakan nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability. Konstruk dinyatakan reliabel apabila nilai kedua indikator tersebut lebih besar dari 0,70. Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability di atas 0,70, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk dalam penelitian ini memiliki konsistensi internal yang baik.

### Evaluasi Model Struktural

**Tabel 9. Nilai R-Square**

Variabel	R Square
Perilaku Konsumtif	0,510
Penggunaan Paylater	0,638

- 51% perilaku konsumtif dijelaskan oleh variabel independen
- 63,8% penggunaan paylater dijelaskan oleh model penelitian

### Pengujian Hipotesis

**Tabel 10. Path Coefficient**

Hubungan Variabel	Koefisien	T	P	Hasil
Pendapatan → Perilaku Konsumtif	0,214	2,488	0,013	Signifikan
Literasi Keuangan → Perilaku Konsumtif	-0,263	3,421	0,001	Signifikan
Gaya Hidup → Perilaku Konsumtif	0,337	4,856	0,000	Signifikan
Lingkungan Sosial → Perilaku Konsumtif	0,291	3,764	0,000	Signifikan
Pendapatan → Paylater	0,176	1,467	0,142	Tidak signifikan
Literasi Keuangan → Paylater	-0,228	1,163	0,245	Tidak signifikan
Gaya Hidup → Paylater	0,312	0,770	0,441	Tidak signifikan
Lingkungan Sosial → Paylater	0,198	0,839	0,402	Tidak signifikan
Perilaku Konsumtif → Paylater	0,354	2,011	0,045	Signifikan

Hasil menunjukkan bahwa **perilaku konsumtif menjadi faktor utama yang memengaruhi penggunaan paylater**.

Uji Mediasi  
Tabel 11. Specific Indirect Effect

Hubungan	Koefisien	P	Hasil
Pendapatan → Konsumtif → Paylater	0,076	0,064	Tidak signifikan
Literasi Keuangan → Konsumtif → Paylater	-0,093	0,039	Signifikan
Gaya Hidup → Konsumtif → Paylater	0,119	0,025	Signifikan
Lingkungan Sosial → Konsumtif → Paylater	0,103	0,032	Signifikan

Artinya:

- Literasi keuangan, gaya hidup, dan lingkungan sosial dimediasi oleh perilaku konsumtif
- Pendapatan tidak dimediasi

## Pembahasan

### Pengaruh Pendapatan terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil pengujian menunjukkan bahwa pendapatan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hidayah dan Bowo (2018), Bukhari, et al (2022), Dany dan Susanti (2022), Maulidina dan Kurniawati (2022) dan Nurhayati, et al (2024) menyatakan bahwa pendapatan mempengaruhi perilaku konsumtif. Ini berarti semakin tinggi pendapatan yang diperoleh, semakin tinggi juga perilaku konsumtif mereka.

Kesamaan temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan pendapatan memberikan ruang konsumsi yang lebih luas bagi individu, sehingga mendorong kecenderungan untuk meningkatkan pengeluaran, baik untuk kebutuhan maupun keinginan. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat bukti empiris sebelumnya mengenai peran pendapatan dalam membentuk perilaku konsumtif responden.

### Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil pengujian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan arah hubungan negatif. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rahmawati dan Mirati (2022), Martini (2022), namun tidak sejalan dengan hipotesis yang diajukan sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Nurhayati., et al (2024), Bukhari., et al (2022) dan Kamil., et al (2024) yang menyimpulkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh yang positif terhadap perilaku konsumtif. Dengan kata lain semakin baik tingkat literasi keuangan maka akan semakin tinggi juga perilaku konsumtif.

Perbedaan hasil penelitian ini dengan beberapa penelitian terdahulu tersebut diduga dipengaruhi oleh perbedaan karakteristik responden dan konteks penelitian. Responden dalam penelitian ini memiliki tingkat literasi keuangan yang relatif baik, sehingga mampu mengelola pendapatan dan pengeluaran secara lebih rasional serta mempertimbangkan prioritas kebutuhan. Kondisi tersebut mendorong responden untuk menahan perilaku konsumtif yang berlebihan, meskipun memiliki kemampuan finansial yang memadai.

### Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil pengujian menunjukkan, gaya hidup terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Rahmawati dan Mirati (2022), Kamil., et al (2024), Oskar., et al (2022), Bukhari., et al (2022) dan Sanoesi dan Setiawan (2022) yang menyimpulkan bahwa gaya hidup mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Temuan ini menunjukkan bahwa gaya hidup yang cenderung berorientasi pada tren, simbol status, dan pencitraan diri mendorong individu untuk melakukan konsumsi yang lebih intensif. Individu dengan gaya hidup modern dan konsumtif cenderung menjadikan aktivitas belanja sebagai sarana pemenuhan kebutuhan sosial dan psikologis, bukan semata-mata kebutuhan fungsional. Kondisi tersebut menyebabkan peningkatan pengeluaran yang tidak selalu didasarkan pada pertimbangan kebutuhan utama.

### **Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Konsumtif**

Hasil pengujian menunjukkan, lingkungan sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Indrayani, K., dan Luh, Y. (2016), Dewi dan Rusdarti (2017), Hidayah dan Bowo (2018) dan Rahayu, et al (2024) yang menyimpulkan bahwa bahwa Lingkungan sosial berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.

Temuan ini menunjukkan bahwa lingkungan sosial, seperti keluarga, teman sebaya, dan kelompok referensi, memiliki peran penting dalam membentuk pola konsumsi individu. Interaksi sosial yang intensif dapat menciptakan tekanan sosial maupun dorongan untuk menyesuaikan diri dengan norma dan gaya hidup yang berlaku di lingkungan sekitarnya. Akibatnya, individu cenderung melakukan konsumsi tidak hanya berdasarkan kebutuhan, tetapi juga untuk memenuhi ekspektasi sosial dan menjaga penerimaan dalam kelompok. Dengan demikian, lingkungan sosial dapat dipandang sebagai faktor eksternal yang mendorong terbentuknya perilaku konsumtif.

### **Pengaruh Pendapatan terhadap Penggunaan Paylater**

Hasil pengujian menunjukkan, pendapatan tidak berpengaruh secara langsung terhadap penggunaan layanan paylater. Hal ini tidak sejalan dengan hipotesis yang diajukan. Penelitian yang dilakukan oleh Hikmawati, et al (2024), Wulanda (2023), Krisanti dan Wahyuni (2023), Sawitri dan Fathihani (2023) serta Kusumawati (2023) menyimpulkan bahwa pendapatan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan fitur paylater.

Perbedaan hasil penelitian ini dengan penelitian terdahulu diduga dipengaruhi oleh karakteristik responden dan pola penggunaan layanan paylater. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa pendapatan tidak selalu menjadi faktor penentu utama dalam keputusan penggunaan layanan paylater ketika tersedia alternatif kemudahan pembayaran yang tidak mensyaratkan tingkat pendapatan tertentu secara ketat. Dengan demikian, pendapatan lebih berperan secara tidak langsung melalui variabel lain, seperti perilaku konsumtif, dibandingkan sebagai faktor yang secara langsung memengaruhi penggunaan layanan paylater.

### **Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Penggunaan Paylater**

Berdasarkan hasil pengujian, literasi keuangan tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap penggunaan paylater. Namun Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hipotesis yang diajukan. Penelitian yang dilakukan oleh Lestari., et al (2023), Sutarni dan Dimas (2024), Putri., et al (2023), serta Dwiwansi., et al (2023) menyimpulkan bahwa literasi keuangan meningkatkan minat penggunaan paylater.

Perbedaan hasil penelitian ini dengan penelitian terdahulu diduga disebabkan oleh perbedaan tingkat pemahaman responden dalam memaknai literasi keuangan. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa penggunaan layanan paylater lebih dipengaruhi oleh faktor non-kognitif, seperti perilaku konsumtif, dibandingkan dengan tingkat literasi keuangan semata. Dengan demikian, literasi keuangan dalam penelitian ini cenderung berperan secara tidak langsung melalui pembentukan perilaku konsumtif, bukan sebagai faktor yang secara langsung memengaruhi keputusan penggunaan layanan paylater.

### **Pengaruh Gaya Hidup terhadap Penggunaan Paylater**

Berdasarkan hasil pengujian, gaya hidup tidak berpengaruh secara langsung terhadap penggunaan paylater. Namun Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hipotesis yang diajukan. Penelitian yang dilakukan oleh Kamil., et al (2024), Lestari (2024), Lestari dan Haris (2024), serta Hikmawati., et al (2024) menyimpulkan bahwa gaya hidup berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penggunaan layanan paylater.

Perbedaan hasil penelitian ini dengan penelitian terdahulu diduga disebabkan oleh karakteristik responden yang memiliki tingkat kehati-hatian dalam pengelolaan keuangan menyebabkan gaya hidup tidak serta-merta diikuti oleh keputusan untuk menggunakan paylater. Meskipun responden memiliki gaya hidup tertentu, keputusan penggunaan paylater lebih dipertimbangkan berdasarkan kebutuhan, kemampuan pembayaran, dan risiko keuangan di masa mendatang. Dengan demikian, hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa gaya hidup cenderung berpengaruh secara tidak langsung terhadap penggunaan layanan paylater melalui pembentukan perilaku konsumtif.

### **Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Penggunaan Paylater**

Berdasarkan hasil pengujian, lingkungan sosial tidak berpengaruh langsung terhadap penggunaan paylater. Namun Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hipotesis yang diajukan. Penelitian yang dilakukan oleh Lestari, et al (2023), Maharani dan Noor (2023), Vania (2023), serta Salsabila (2023) menyimpulkan bahwa lingkungan sosial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penggunaan layanan paylater.

Perbedaan hasil penelitian ini dengan penelitian terdahulu diduga disebabkan oleh karakteristik responden yang memiliki tingkat kehati-hatian dalam pengambilan keputusan keuangan menyebabkan pengaruh lingkungan sosial tidak serta-merta diikuti oleh keputusan menggunakan paylater. Meskipun terdapat pengaruh dari lingkungan sekitar, keputusan penggunaan paylater lebih didasarkan pada pertimbangan rasional, seperti kemampuan membayar dan risiko keuangan. Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lingkungan sosial berperan secara tidak langsung terhadap penggunaan layanan paylater melalui variabel perilaku konsumtif.

### **Pengaruh Perilaku Konsumtif terhadap Penggunaan Paylater**

Berdasarkan hasil pengujian, perilaku konsumtif berpengaruh signifikan terhadap penggunaan paylater. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Martini (2022), Lestari dan Haris (2024), Rossa (2022), Fajariah., et al (2023) serta Cuandra (2022) yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif berpengaruh positif terhadap penggunaan layanan paylater. Temuan ini menunjukkan bahwa individu dengan tingkat perilaku konsumtif yang tinggi cenderung lebih terdorong untuk menggunakan layanan paylater sebagai alternatif metode pembayaran.

Layanan paylater memberikan kemudahan transaksi dan fleksibilitas pembayaran, sehingga mampu mengakomodasi keinginan konsumsi yang meningkat meskipun keterbatasan dana tunai. Dengan demikian, perilaku konsumtif dapat dipandang sebagai faktor kunci yang secara langsung memengaruhi penggunaan layanan paylater. Hasil penelitian ini sekaligus memperkuat temuan empiris sebelumnya dan menegaskan peran perilaku konsumtif sebagai variabel mediasi yang menjembatani pengaruh pendapatan, literasi keuangan, gaya hidup, dan lingkungan sosial terhadap penggunaan layanan paylater.

## Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pendapatan, literasi keuangan, gaya hidup, dan lingkungan sosial terhadap penggunaan layanan paylater dengan perilaku konsumtif sebagai variabel mediasi pada pegawai Kementerian Agama Kota Bekasi. Berdasarkan hasil analisis menggunakan Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Square (SEM-PLS), beberapa simpulan dapat dirumuskan sebagai berikut. Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan layanan paylater pada pegawai Kementerian Agama Kota Bekasi lebih banyak dipengaruhi oleh aspek perilaku dibandingkan faktor ekonomi secara langsung. Variabel perilaku konsumtif terbukti menjadi faktor utama yang menjelaskan keputusan penggunaan layanan paylater, sehingga kecenderungan konsumsi individu menjadi unsur penting dalam memahami perilaku penggunaan fasilitas pembayaran digital.

Faktor pendapatan, literasi keuangan, gaya hidup, dan lingkungan sosial terbukti memiliki kontribusi dalam membentuk perilaku konsumtif responden, namun tidak seluruhnya berpengaruh langsung terhadap penggunaan layanan paylater. Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan penggunaan paylater lebih banyak terjadi melalui mekanisme perilaku konsumsi yang terbentuk dari interaksi faktor ekonomi, psikologis, dan sosial. Implikasi penelitian ini menegaskan pentingnya peningkatan literasi keuangan sebagai bagian dari penguatan perilaku konsumsi yang lebih rasional. Selain itu, pengendalian gaya hidup konsumtif dan pengaruh lingkungan sosial perlu menjadi perhatian dalam upaya mendorong penggunaan layanan keuangan digital secara lebih bertanggung jawab.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada ruang lingkup responden yang hanya mencakup pegawai di lingkungan Kementerian Agama Kota Bekasi, sehingga generalisasi hasil penelitian masih terbatas pada karakteristik responden yang serupa. Selain itu, penggunaan pendekatan survei berbasis kuesioner memungkinkan adanya subjektivitas jawaban responden dalam menilai perilaku konsumsi dan penggunaan layanan paylater. Penelitian selanjutnya disarankan memperluas cakupan responden pada sektor pekerjaan yang berbeda agar diperoleh hasil yang lebih representatif. Selain itu, variabel lain seperti kontrol diri, persepsi risiko, kemudahan penggunaan teknologi, dan pengaruh platform digital dapat ditambahkan untuk memperkaya model penelitian penggunaan layanan paylater.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup merupakan faktor yang paling dominan dalam memengaruhi penggunaan layanan paylater melalui perilaku konsumtif, diikuti oleh lingkungan sosial dan pendapatan, sedangkan literasi keuangan memiliki pengaruh negatif terhadap penggunaan paylater melalui mekanisme pengendalian perilaku konsumsi. Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan layanan paylater tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi, tetapi juga oleh faktor perilaku dan sosial yang membentuk pola konsumsi individu. Oleh karena itu, upaya peningkatan literasi keuangan perlu diimbangi dengan penguatan pengendalian perilaku konsumsi agar penggunaan layanan keuangan digital dapat dilakukan secara lebih bijak dan bertanggung jawab.

---

### Daftar Pustaka

- Bukhari, E., Prasetyo, E. T., & Rahma, S. U. U. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen*, 18(1), 49-56.
- Cuandra, F. (2022). The effect of Paylater payment method used in online impulsive buying in Batam city. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 625-633.
- Dany, A. S. R., & Susanti, A. (2022). Pengaruh pendapatan, literasi keuangan dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di surakarta. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 2(4), 453-464.
- Dewi, N., & Rusdarti, R. (2017). Pengaruh lingkungan keluarga, teman sebaya, pengendalian diri dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Journal of Economic Education*, 6(1), 29-35.
- Dwiwansi, P., Purnamasari, E. D., & Lazuarni, 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.
- Fajariah, F., Saragih, H., Dharmawan, D., Judijanto, L., & Munizu, M. (2023). Application of Principal Component Analysis and Maximum Likelihood Estimation Method to Identify the Determinant Factors Intention to Use of Paylater in E-Commerce. *Jurnal Informasi dan Teknologi*, 118-123.
- Hair Jr, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis*. In *Multivariate data analysis* (pp. 785-785).
- Hidayah, N., & Bowo, P. A. (2018). Pengaruh uang saku, locus of control, dan lingkungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif. *Economic Education Analysis Journal*, 7(3), 1025-1039.
- Hikmawati, N., Indriasari, I., & Meiriyanti, R. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan, Gaya Hidup dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater Pada Generasi Milenial. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(4), 7464-7477.
- Indrayani, K., & Luh, Y. (2016). The Effect of Socio-Economy Status of Family and Peer Group on the Consumptive Behavior for the Sixth Grade Students of SD Lab Undiksha Singaraja. *Journal of Economics and Sustainable Development*, 7(24), 66-70.
- 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.
- Krisanti, N. R., & Wahyuni, S. T. (2023). Pengaruh Sikap Keuangan, Pendapatan Dan Gaya Hidup Generasi Z Terhadap Layanan Pay Later (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya) (Doctoral dissertation, Universitas Bhayangkara Surabaya).
- Kristhianto, A., Setyawati, N. W., Sumantyo, F. D. S., Yunita, T., & Khan, M. A. (2025). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI KAPAL API DI KECAMATAN MEDAN Satria KOTA BEKASI. *IJESM Indonesian Journal of Economics and Strategic Management*, 3(3).

- Lestari, P. (2024). Pengaruh Lingkungan Sosial dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam dan General*, 3(01), 204-211.
- Lestari, P. A., Rianto, M. R., & Bukhari, E. (2023). The Effect Of Financial Knowledge, Income, Social Influence, Perception Of Ease And Perception Of Usefulness On The Decisions Of Shopee Paylater Users In East Bekasi. *Indonesian Journal of Economics and Strategic Management (IJESM)*, 1(2).
- Lestari, R. M., & Kartika, E. (2024). Pengaruh Pendapatan, Literasi Keuangan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Paylater Pada Generasi Z Di Kota Semarang. *Jurnal Mirai Management*, 9(1), 659-667.
- Lestari, S. D., & Haris, H. (2024). Pengaruh Sosial, Gaya Hidup, Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Melalui Shopee Paylater Pada Mahasiswa Febi Uin Raden Mas Said Surakarta. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(1).
- Lusardi, A. (2019). Financial literacy and the need for financial education: evidence and implications. *Swiss journal of economics and statistics*, 155(1), 1-8.
- Martini, M. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Kemampuan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 6(3), 3169-3180.
- Maulidina, Y., & Kurniawati, T. (2022). The Effect of E-Money, Economic Literacy and Parents' Income on Consumptive Behavior. *Economic Education Analysis Journal*, 11(2), 191-200.
- Nurhayati, N., Ahman, E., & Pradja, N. S. (2024). The Influence Of Income And Needs Preferences On Consumptive Behavior With Economic Literacy As A Moderator Variable. *IJOBBA: International Journal of Bunga Bangsa Cirebon*, 3(1), 27-38.
- Oskar, D. P., Prinoya, R. W., Novita, W., & Johan, H. (2022). E-Commerce, Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online melalui Platform TikTok. *Jurnal Ekobistek*, 442-447.
- Powell, R., Do, A., Gengatharen, D., Yong, J., & Gengatharen, R. (2023). The relationship between responsible financial behaviours and financial wellbeing: The Case of buy-now-pay-later. *Accounting and Finance*, 63(4), 1–21. <https://doi.org/10.1111/acfi.13100>
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 103-110.
- Putri, S. E., Safitri, H., & Hariyanto, D. (2023). Pengaruh literasi keuangan dan technology acceptance model terhadap minat menggunakan paylater pada mahasiswa. *INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Manajemen*, 19(1), 64-72.
- Rahayu, D. D., Anas, M., & Muchson, M. (2024). Pengaruh Lingkungan Sosial, Tingkat Pendapatan Dan Perkembangan Teknologi Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Desa Glondong, Kab. Blitar Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderasi A1 Delf Pada Website: [Www. Kwiziq. Com](http://www.kwiziq.com). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(3).

- 
- Rahima, P., & Cahyadi, I. (2022). Pengaruh Fitur Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram. *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, 4(1), 39-50.
- Rahmawati, G., & Mirati, E. (2022). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater pada generasi millennial. In *Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen PNJ (Vol. 3)*.
- Rossa, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Risiko dan Keamanan terhadap Impulse Buying Pengguna SPaylater (Shopee Paylater) di Jadedabek. In *Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen PNJ (Vol. 3)*.
- Saputra, A. B., Setyawati, N. W., Sumantyo, F. D. S., Yunita, T., & Khan, M. A. (2025). Pengaruh Brand Image, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Parfum Mykonos di Kelurahan Perwira Bekasi Utara. *IJESM Indonesian Journal of Economics and Strategic Management*, 3(3).
- Sanoesi, R. N. W. O., & Setiawan, H. (2022, October). Pengaruh Presepsi Kemudahan, Manfaat, Intensitas Penggunaan, Gaya Hidup terhadap Impulse Buying Pada Pengguna Shopee Paylater. In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi (Vol. 4)*.
- Sutarni, S., & Dimas, S. S. (2024, January). The influence of understanding financial literacy, perceived ease of users, and consumptive lifestyles on the use of Shopee paylater (to student in the special region of Yogyakarta). In *Proceeding of National Conference on Accounting & Finance (pp. 339-347)*.
- Trissetianto, A. C., & Ali, H. (2025). The Role of TikTok in Shaping Gen Z's Brand Loyalty and Consumer Behavior. *Greenation Management and Business Review*, 1(2), 77-83.