



## Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Pembelian Impulsif, dan Gaya Hidup Terhadap Penggunaan Shopee Paylater pada Mahasiswa Universitas Bengkulu (Gen Z)

Mey Zara<sup>1\*</sup>, Tiara Pracilia Hanipah<sup>2</sup>, Aura Tryana Gustitantira<sup>3</sup>, Seli Pia Junita<sup>4</sup>,  
Anggi Noverita<sup>5</sup>, Cantika Alifa Irawan<sup>6</sup>

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bengkulu<sup>1,2,3,4,5,6</sup>

\*Email Korespodensi: [zarahrah577@gmail.com](mailto:zarahrah577@gmail.com)

Diterima: 10-04-2026 | Disetujui: 18-04-2026 | Diterbitkan: 20-04-2026

### ABSTRACT

*The use of PayLater as a payment method can influence people's lifestyles, particularly among Generation Z (1997–2012), who are familiar with technology. Although most of them do not yet have an income, Gen Z shows a high tendency to shop using PayLater, but often faces difficulties in managing their bills. Previous studies have examined the influence of financial literacy, impulsive behavior, and lifestyle on PayLater usage; however, they have not discussed its impact on hedonistic lifestyles that do not align with budgets. The advancement of financial technology, ease of access, fast registration processes, and various e-commerce promotions have further increased the use of PayLater among students. Therefore, this study aims to re-examine the influence of financial literacy, impulsive behavior, and lifestyle on PayLater usage among Gen Z at the University of Bengkulu, involving 100 respondents. It was found that financial literacy has a negative effect, while impulsive buying behavior and lifestyle have a positive effect on the use of Shopee PayLater among Generation Z at the University of Bengkulu.*

**Keywords:** Financial Literacy, Impulsive Buying Behavior, Shopee Paylater, Gen Z.

### ABSTRAK

Penggunaan PayLater sebagai metode pembayaran dapat memengaruhi gaya hidup masyarakat, khususnya generasi Gen Z (1997–2012) yang akrab dengan teknologi. Meskipun sebagian besar belum memiliki penghasilan, Gen Z memiliki kecenderungan tinggi untuk berbelanja menggunakan PayLater, namun sering mengalami kesulitan dalam mengelola tagihan. Penelitian sebelumnya telah mengkaji pengaruh literasi keuangan, perilaku impulsif, dan gaya hidup terhadap penggunaan PayLater, tetapi belum membahas dampaknya terhadap gaya hidup hedonis yang tidak sesuai anggaran. Perkembangan teknologi finansial, kemudahan akses, proses pendaftaran yang cepat, serta berbagai promosi e-commerce turut mendorong peningkatan penggunaan PayLater di kalangan mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji kembali pengaruh literasi keuangan, perilaku impulsif, dan gaya hidup terhadap penggunaan PayLater pada Gen Z di Universitas Bengkulu dengan melibatkan 100 responden, diperoleh hasil bahwa literasi keuangan dan perilaku pembelian impulsif berpengaruh terhadap penggunaan Shopee Paylater pada Gen Z. Sedangkan gaya hidup tidak berpengaruh terhadap penggunaan Shopee Paylater pada Gen Z.

**Kata Kunci:** Literasi keuangan, perilaku impulsif, shopee paylater, Gen Z.

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di Indonesia memunculkan inovasi pada berbagai macam bidang. Salah satu perkembangan teknologi yang dapat dirasakan adalah perkembangan informasi. Interaksi secara online yang dahulu dianggap mustahil untuk dilakukan, sekarang dapat dilakukan hanya dengan menggunakan smartphone karina et al. (2022). Perkembangan teknologi juga telah membuka peluang bisnis baru dan menciptakan lapangan kerja baru. Dalam era digital yang terus berkembang pesat, teknologi memainkan peran penting dalam transformasi ekonomi dan bisnis. Inovasi teknologi baru seperti kecerdasan buatan (Artificial Intelligence), Internet of Things (IoT), dan block chain memberikan banyak peluang baru bagi pelaku bisnis dan ekonomi untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan daya saing. Selain itu, teknologi juga memungkinkan bisnis dan ekonomi untuk lebih terhubung dan berinteraksi dengan pelanggan dan mitra bisnis mereka melalui platform digital. Ardiansyah (2023). Berdasarkan data dari Fintech Report (2021) spaylater merupakan sistem paylater yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia, diikuti oleh gopaylater yang menempati urutan kedua, dan Kredivo menempati urutan ketiga. Sistem spaylater ini juga sangat mudah untuk diaktifkan, yaitu dengan cara memasukkan foto Kartu Tanda Penduduk (KTP) dan foto diri ke dalam aplikasi sehingga sistem spaylater untuk mudah untuk diakses oleh Gen Z yang pada dasarnya lebih pandai berteknologi. Penawaran-penawaran dengan cashback tinggi dan bunga nol persen pun dapat menarik konsumen. Penelitian oleh Putra et al. (2022) menunjukkan bahwa pendapatan memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, sedangkan literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan. Di sisi lain, penggunaan paylater juga terbukti menjadi pendorong meningkatnya perilaku konsumtif di kalangan anak muda. Fitur ini memberikan kemudahan transaksi dengan sistem cicilan tanpa bunga atau pembayaran tertunda, yang dapat menciptakan ilusi kemampuan finansial.

Mereka yang memiliki literasi keuangan cenderung mampu mengelola pengeluaran secara lebih bijak dan membuat perencanaan keuangan yang matang. Jadi, tingkat pemahaman keuangan pribadi menjadi kunci dalam membedakan mereka yang mampu mengendalikan hasrat belanjanya dan mereka yang lebih rentan terhadap impuls. Mereka dengan literasi keuangan yang biasanya lebih sadar risiko dan mampu membuat keputusan belanja yang lebih rasional, sementara kurangnya pengetahuan keuangan bisa membuka peluang untuk belanja impulsif dan masalah keuangan di kemudian hari. Fenomena meningkatnya perilaku impulsif di kalangan Gen Z Indonesia tidak bisa dipisahkan dari kemudahan mengakses layanan PayLater, gaya hidup konsumtif yang semakin berkembang, serta rendahnya pemahaman mereka tentang keuangan Leksono et al. (2026). Menurut Hilwana (2025) Generasi Z menjadi kelompok yang paling terpengaruh, mengingat tingginya intensitas penggunaan e-commerce dalam kehidupan sehari-hari mereka. Kemudahan transaksi dan fleksibilitas pembayaran yang ditawarkan SPayLater memang memudahkan, namun juga berisiko mendorong perilaku konsumtif, terutama jika tidak disertai dengan literasi keuangan yang memadai, gaya hidup yang stabil dan kontrol diri yang kuat. Generasi Z atau yang lebih dikenal sebagai generasi digital tumbuh dan berkembang dengan ketergantungan terhadap teknologi dan berbagai macam alat teknologi.

Motivasi hedonis yang tumbuh dari diri sendiri mampu mendorong pribadi dalam menggunakan layanan Shopee Paylater, dalam menggunakan layanan ShopeePay memberikan kepuasan tersendiri selain

itu memberikan kesan kemewahan dan menyenangkan. Dengan adanya fitur Shopee paylater jadi semakin membuat niat belanja Generasi Z Indonesia semakin besar karena sistemnya bisa bayar belakangan jadi sifat hedonisme pun juga bisa dengan mudah menyebar kemana mana karena Generasi Z terlalu konsumtif oleh barang-barang yang sebenarnya mereka tidak perlu tetapi tetap mereka beli guna terlihat lebih berada dalam status ekonomi dilingkungan sekitar. Dampak lain dari hedonism adalah konsumtif terutama pada generasi Z hal ini akan merugikan diri sendiri karena bisa mengarah pada kebangkrutan. Barang-barang yang tidak dibutuhkan atau tidak terlalu mendesak tetap dibeli dan akhirnya nanti juga tidak akan terpakai. Membeli barang bukan dilihat dari kebutuhan, tetapi demi kesenangan semata-mata Murdani et al. (2024).

## TINJAUAN LITERATUR

### Literasi Keuangan

Literasi keuangan akan menciptakan efek berantai pada tingkat penggunaan produk dan jasa keuangan, yang kemudian dapat meningkatkan keuntungan dan mendorong lembaga keuangan untuk berinovasi dalam mengembangkan produk dan jasa keuangan yang lebih bervariasi yushita (2017). Pengujian yang dilakukan menunjukkan adanya hubungan antara literasi keuangan dan penggunaan Shope Paylater pada generasi Z. literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap penggunaan Shopee Paylater oleh Gen Z. Mariyani, K., & Risanta, M. (2025). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Belanja menunjukkan hasil yang signifikan. Namun, pengaruh tidak langsung untuk masing-masing variabel independen berbeda. Gaya Hidup menunjukkan adanya pengaruh tidak langsung melalui Sistem Paylater Online, sedangkan untuk Literasi Keuangan tidak ada pengaruh tidak langsung melalui Sistem Paylater Online. Kamil, I., Ariani, M., & Irawan, IA (2024). Hasil uji menunjukkan adanya relasi antara literasi keuangan terhadap penggunaan shopeepay later pada Gen Z. Karina et al. (2024). Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, syifa at al. (2025). Dari penelitian yang ada, diduga bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap penggunaan shopeepay later pada Gen Z. Oleh sebab itu dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap penggunaan shopee paylater pada kalangan Gen Z.

### Perilaku Pembelian Impulsif

Pembelian impulsif adalah keputusan pembelian yang tidak direncanakan karena rangsangan dari lingkungan belanja. Mutanafisa, (2021). pembelian impulsif merupakan suatu fenomena tentang pengambilan keputusan belanja konsumen yang dilakukan tanpa perencanaan sebelumnya. Perilaku belanja ini dapat terjadi karena adanya dorongan emosional, tawaran promosi, atau rangsangan lainnya yang dapat memicu keinginan konsumen untuk membeli sesuatu dengan segera. Awalnya perilaku belanja impulsif hanya terjadi pada toko retail, namun karena berkembangnya teknologi dengan munculnya internet yang menyebabkan maraknya pertumbuhan e-commerce sehingga perilaku belanja ini terjadi pula secara online. Mertaningrum et al. (2023). Shopee payLater berpengaruh positif terhadap pembelian impulsif hal ini dikarenakan tingkat kemudahan dalam pengaplikasiannya memperkuat rasa ingin membeli sehingga terjadinya keputusan yang membuat mahasiswa jurusan manajemen UIN Malang lebih konsumtif grahita

-----  
*Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Pembelian Impulsif, dan Gaya Hidup Terhadap Penggunaan Shopee Paylater pada Mahasiswa Universitas Bengkulu (Gen Z)*

(Zara, et al.)

et al. (2023). Berdasarkan pada hasil analisis data, maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa penggunaan paylater memberikan pengaruh terhadap impulsif buying mahasiswa FEBI Grahita (2023). Dari penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa Perkembangan digital pada metode pembayaran khususnya Buy Now Pay Later (BNPL) secara signifikan meningkatkan perilaku impulsif dikalangan generasi muda (Adhani,2025). Oleh sebab itu dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:  
H2: Perilaku pembelian impulsif berpengaruh positif terhadap penggunaan Shopee PayLater pada kalangan Gen Z.

### **Gaya Hidup**

Gaya hidup pada prinsipnya adalah bagaimana seseorang menghabiskan waktu dan uangnya. Ada orang yang senang mencari hiburan bersama kawan-kawannya, ada yang senang menyendiri, ada yang bepergian bersama keluarga, berbelanja, melakukan aktivitas yang dinamis, dan ada pula yang memiliki dan waktu luang dan uang berlebih untuk kegiatan sosial keagamaan Ervia Ristiana (2016) Gaya hidup juga turut memengaruhi keputusan Generasi Z dalam menggunakan Shopee paylater. Dengan kata lain, pola hidup yang dijalani oleh generasi ini memiliki peran dalam menentukan pilihan untuk memanfaatkan layanan tersebut. Generasi Z dikenal menyukai promosi, sehingga strategi promosi menjadi faktor penting. Tak hanya itu, perilaku impulsif dalam berbelanja juga berdampak terhadap penggunaan Shopee paylater. Tanggapan positif terhadap aplikasi dapat memicu tindakan pembelian yang tidak direncanakan, dan hal ini berkaitan erat dengan gaya hidup serta kebutuhan akan promosi sebagai penunjang efektivitas layanan shoope pay latter kristin mariyani et al. (2025) Gaya hidup menggambarkan sesuatu yang lebih dari kelas sosial atau kepribadian konsumen. Gaya hidup menunjukkan seluruh pola kegiatan dan interaksi seseorang di dunia. Jika digunakan secara tepat, konsep gaya hidup dapat membantu pemasar untuk memahami perubahan nilai konsumen dan bagaimana perubahan tersebut memengaruhi perilaku pembelian konsumen, termasuk pembelian impulsif Nurul Ittaqullah et al. (2023). Perkembangan gaya hidup yang lebih trendi dan konsumtif mendorong mahasiswa untuk mengikuti tren terbaru, yang akhirnya memicu kebutuhan mendadak untuk membeli barang. Mereka seringkali membeli barang yang murah dan praktis untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, yang kemudian memunculkan perilaku impulsif dalam berbelanja (Sari et al., 2021). Oleh sebab itu dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:  
H3: berpengaruh positif terhadap penggunaan shopee paylater pada kalangan Gen Z di Universitas Bengkulu.

## **METODE PENELITIAN**

### **Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah Gen Z di Universitas Bengkulu, dimana pengertian Gen Z adalah generasi yang sangat beragam dan global serta dibentuk oleh perubahan sosial dan teknologi. Generasi ini lahir di antara tahun 1995 sampai dengan 2010. Gen Z juga dapat disebut sebagai generasi internet. Sesuai dengan namanya, mereka mampu menggunakan teknologi internet, sehingga banyak sekali kegiatan yang dapat mereka lakukan menggunakan teknologi atau handphone. Dengan demikian, Gen Z lebih tertarik dengan ragam teknologi terkait transaksi yang mereka lakukan. Dalam hal ini terkait dengan populasi

penelitian, Gen Z akan cenderung menggunakan spaylater dalam transaksi kredit yang dilakukan. Pada penelitian ini, sampel yang digunakan adalah pengguna spaylater. Sehingga, objek dalam penelitian ini adalah Gen Z di Universitas Bengkulu yang lahir pada tahun 2005 sampai 2010 yang menjadi pengguna spaylater. Penelitian ini dilakukan di Universitas Bengkulu dan teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling yaitu generasi Gen Z yang lahir pada tahun 2005-2010 yang menggunakan spaylater. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan hasil penyebaran kuesioner terhadap 103 responden yang memenuhi kriteria dan dianalisis menggunakan SmartPLS.

### **Pengukuran Variabel**

Penelitian ini menggunakan empat variabel yang terdiri dari tiga variabel dependen dan satu variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini meliputi literasi keuangan, perilaku pembelian impulsif, serta gaya hidup. Sementara itu, variabel independennya adalah Generasi Z sebagai pengguna layanan SPayLater. Pengukuran variabel dilakukan melalui penyebaran kuesioner yang dibuat dalam bentuk tautan Google Form. Kuesioner tersebut disebar secara online melalui berbagai media sosial, seperti WhatsApp dan Instagram. Proses pengumpulan data dilaksanakan mulai tanggal 3 Maret 2026 hingga April 2026 dan ditujukan kepada responden dari Generasi Z yang lahir pada tahun 1997 sampai dengan 2012. Pertanyaan dalam kuesioner berkaitan dengan tingkat literasi keuangan, perilaku pembelian impulsif, serta gaya hidup yang diduga dapat memengaruhi minat penggunaan layanan SPayLater. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Literasi Keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan untuk mencapai kesejahteraan keuangan masyarakat. Menurut Asisi et al. (2020) literasi keuangan merupakan rangkaian kegiatan atau proses untuk meningkatkan pengetahuan (knowledge), keterampilan (skill), serta keyakinan (confidence) agar dapat mengelola keuangan dengan baik.

Ada tiga indikator untuk mengukur literasi keuangan menurut Oseifuah (2010) di antaranya yaitu:

- 1 Pengetahuan keuangan, di mana pengetahuan keuangan merupakan pengetahuan terkait terminologi keuangan dan pemahaman dasar seseorang tentang sistem keuangan seperti perhitungan bunga, perpajakan, dana pensiun.
- 2 Sikap keuangan, merupakan minat seseorang untuk memperbaiki pengetahuan keuangan dengan cara pengelolaan keuangan pribadi dengan baik, melaksanakan kewajiban pajak.
- 3 Perilaku keuangan, merupakan perilaku keuangan yaitu minat seseorang yang berorientasi untuk mencatat dan menyimpan catatan keuangan pribadinya, selain itu juga melakukan perencanaan untuk pembiayaan masa depan, mengelola hutang dan kredit dengan baik.

Kamil (2023) mengungkapkan bahwa perilaku pembelian impulsif merupakan tindakan pembelian yang sebelumnya tidak secara sadar diakui sebagai hasil dari pertimbangan atau niat membeli yang terbentuk sebelum memasuki toko. Berikut ini adalah indikator yang digunakan untuk mengukur perilaku pembelian impulsif: 1) Pembelian spontan, yaitu keadaan seseorang mengalami dorongan keinginan yang mendadak sehingga seringkali membeli sesuatu tanpa melakukan perencanaan terlebih dahulu. 2) Mengabaikan konsekuensi, yaitu keadaan seseorang yang melakukan pembelian tanpa mempertimbangkan konsekuensi ataupun dampak dari tindakan yang dilakukan 3) Pembelian terburu-buru, yaitu keadaan seseorang di mana ia seringkali merasa terburu-buru dalam melakukan pembelian. Plummer (1983)

menyatakan bahwa gaya hidup adalah cara hidup individu yang di identifikasikan oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam hidupnya (ketertarikan) dan apa yang mereka pikirkan tentang dunia sekitarnya. Joseph Plumer (1974) mengemukakan bahwa segmentasi gaya hidup mengukur aktivitas manusia dalam empat hal berikut: 1) Aktivitas, yang merupakan pola seseorang dalam menghabiskan waktu dan juga uangnya untuk suatu kegiatan. 2) Minat, berupa sesuatu apapun yang diminati oleh seseorang, misalnya seperti makanan, hiburan, teknologi, dan lain-lain. 3) Pandangan seseorang terhadap diri sendiri dan orang lain, merupakan perspektif dari orang lain yang akan sangat berharga dalam membantu seseorang memahami siapa dirinya dan mengembangkan karakternya. 4) Karakter-karakter dasar, berupa tahapan yang dilalui seseorang dalam kehidupan, penghasilan, pendidikan, dan di mana mereka tinggal.

Menurut media CNBC Indonesia Shopee PayLater merupakan cicilan dimana perusahaan aplikasi membayar cicilan tagihan pengguna kepada pengirim terlebih dahulu, dan klien menangani tagihan tersebut ke aplikasi setelahnya. Pengguna akan dimintai informasi pribadi, foto, dan potret diri agar dapat menggunakan layanan ini.

Menurut Nuryana et al. (2024) Berikut adalah indikator yang digunakan untuk mengukur penggunaan spaylater:

- 1 Pembelian impulsif (impulsive buying) membeli barang secara spontan karena tertarik atau dorongan sesaat.
- 2 Pembelian berlebihan (wasteful buying) membeli barang yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan atau sudah dimiliki.
- 3 Pembelian tidak rasional (non-rational buying) membeli barang karena mengikuti tren, tertarik pada kemasan, atau hanya karena terlihat unik.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas dan reliabilitas sebagai alat uji kemampuan kuesioner sebagai parameter variabel penelitian. Uji validitas mengacu pada uji keakuratan suatu pengukuran bahwa hasil kuesioner dapat mewakili variabel diukur. Uji reliabilitas mengacu pada konsistensi pengukuran hasil, bahwa hasil akan tetap konsisten dari waktu ke waktu. Pengujian validitas pada kuesioner dapat dinyatakan akurat apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , dengan jumlah responden sebanyak 103 menjadikan  $r_{hitung}$  harus lebih besar dari 0,129. Hasil pengujian menyatakan bahwa seluruh pertanyaan pada kuesioner memiliki nilai  $t_{hitung}$  lebih dari 0,129. Oleh karena itu, dapat dinyatakan bahwa kuesioner valid dan dapat mewakili variabel yang diuji.

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau dapat dipercaya jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan-pertanyaan tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Kuesioner dikatakan reliabel jika Cronbach's Alpha  $\geq 0,7$  dan dikatakan tidak reliabel jika Cronbach's Alpha  $< 0,7$ .

**Tabel 1. Uji Reliabilitas**

Pernyataan	R-Hitung	R-Tabel	P-(sig)	Keterangan
P1	0,358	0,372	0,001	Valid
P2	0,272	0,372	0,005	Valid
P3	0,773	0,372	0,001	Valid
P4	0,522	0,372	0,001	Valid
P5	0,666	0,372	0,001	Valid
P6	0,387	0,372	0,001	Valid
P7	0,529	0,372	0,001	Valid
P8	0,816	0,372	0,001	Valid
P9	0,776	0,372	0,001	Valid
P10	0,822	0,372	0,001	Valid

Jumlah pernyataan	Cronbach's Alpha	Syarat	Keterangan
10	0,811	0,7	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar  $0,811 \geq 0,7$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

### Hasil

Hipotesis penelitian ini memprediksi adanya pengaruh literasi keuangan, perilaku pembelian impulsif, dan gaya hidup terhadap penggunaan Shopee PayLater. Hasil pengujian hipotesis disajikan pada Tabel 2.

**Tabel 2. Pengujian Hipotesis**

Variabel	Koefisien (B)	Standar Error	T Statistics	P Value
Literasi Keuangan	-0,626	0,149	-4,215	0
Perilaku Pembelian Impulsif	0,288	0,091	3,153	0,002
Gaya Hidup	1,602	0,166	9,661	0

### **Literasi Keuangan dan Penggunaan ShopeePay Later Gen Z**

Hasil uji menunjukkan adanya hubungan antara literasi keuangan terhadap penggunaan ShopeePay Later. Hal ini dapat disimpulkan dari nilai koefisien sebesar -0,626 dengan nilai t statistik sebesar -4,215 dan p-value sebesar 0,000. Nilai t statistik lebih besar dari titik kritis distribusi t (1,65) dan p-value lebih kecil dari nilai alpha 0,05. Hasil tersebut membuktikan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penggunaan ShopeePay Later. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, maka penggunaan ShopeePay Later cenderung menurun.

### **Perilaku Pembelian Impulsif dan Penggunaan ShopeePay Later Gen Z**

Hasil uji menunjukkan adanya hubungan antara perilaku pembelian impulsif terhadap penggunaan ShopeePay Later. Hal ini dapat disimpulkan dari nilai koefisien sebesar 0,288 dengan nilai t statistik sebesar 3,153 dan p-value sebesar 0,002. Nilai t statistik lebih besar dari titik kritis distribusi t (1,65) dan p-value lebih kecil dari nilai alpha 0,05. Hasil tersebut membuktikan bahwa perilaku pembelian impulsif berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan ShopeePay Later. Dengan kata lain, semakin tinggi perilaku pembelian impulsif, maka penggunaan ShopeePay Later akan semakin meningkat.

### **Gaya Hidup dan Penggunaan ShopeePay Later Gen Z**

Hasil uji menunjukkan adanya hubungan antara gaya hidup terhadap penggunaan ShopeePay Later. Hal ini dapat disimpulkan dari nilai koefisien sebesar 1,602 dengan nilai t statistik sebesar 9,661 dan p-value sebesar 0,000. Nilai t statistik lebih besar dari titik kritis distribusi t (1,65) dan p-value lebih kecil dari nilai alpha 0,05. Hasil tersebut membuktikan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan ShopeePay Later. Dengan kata lain, semakin tinggi gaya hidup seseorang, maka penggunaan ShopeePay Later akan semakin meningkat.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penggunaan Shopee PayLater pada Generasi Z di Universitas Bengkulu. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan, maka penggunaan Shopee PayLater cenderung menurun karena individu lebih bijak dalam mengelola keuangan. Sementara itu, perilaku pembelian impulsif berpengaruh positif dan signifikan, yang berarti semakin tinggi tingkat impulsivitas, maka semakin tinggi pula kecenderungan penggunaan Shopee PayLater, terutama untuk pembelian yang tidak direncanakan. Selain itu, gaya hidup juga berpengaruh positif dan signifikan, yang menunjukkan bahwa gaya hidup yang tinggi mendorong peningkatan penggunaan Shopee PayLater untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumtif. Berdasarkan temuan tersebut, disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk menambahkan variabel lain seperti tingkat pendapatan, kontrol diri, fear of missing out (FOMO), serta kondisi keuangan pribadi agar dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan financial technology di kalangan Generasi Z

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah. (2023). *Pengaruh penggunaan paylater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis.
- Karina. (2023). *Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa*. Jurnal Manajemen dan Keuangan.
- Murdani, et al. (2022). *Analisis perilaku konsumtif mahasiswa dalam penggunaan layanan paylater pada e-commerce*. Jurnal Ilmiah Ekonomi.
- Hilwana et al. (2025). *Pengaruh literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Pay Letter : Peran Moderisasi Kontrol Diri pada Generasi*.
- Murdani et al.(2024). *Studi Kelayakan Program Cicilan E-Wallet Shopee Paylater Dan Dampaknya Terhadap Gaya Hidup Hedonisme Pada Generasi Z*. Jurnal Satyagraha
- World Bank. (2020). *Fintech and the Future of Finance*.  
<https://documents.worldbank.org/en/publication/documents-reports/documentdetail/>
- Putra et al (2025). *Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan Paylater, Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Di Indonesia*, 52(1), 5–44.  
<https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/jel.52.1.5>
- Yushita, A. N. (2017). *Pentingnya literasi keuangan bagi mahasiswa*. *Jurnal Nominal*.  
<https://journal.uny.ac.id/index.php/nominal/article/download/>
- Syifa M.et al (2017). *Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, Dan Penggunaan Fintech Berbasis Shopeepay Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta*. Jurnal Ilmiah Ekonomi
- Plummer, J. T. (1974). *Gaya Hidup terhadap Perilaku Impulsive Buying pada Konsumen Marketplace*. Jurnal Sublimapsi.
- ERVIA R. (2016). *Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja Dan Ketertarikan Fashion Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pakaian Distribution Store (Distro) Di Yogyakarta*.
- Kristin.et al. (2025). *Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Perilaku Pembelian Impulsif Terhadap Penggunaan Shopee Paylater Pada Generasi Z di Banjarmasin*.  
<https://academic.oup.com/jcr/article/14/2/189/1794653>
- Adinda et. al. (2021). *Systematic Literature Review (Slr): Fenomena Impulsive Buying Dalam Layanan Buy Now Pay Later (Bnpl) Shopee Dari Perspektif Ekonomi Syariah*.  
<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/view/>
- Grahita .D. (2023). *PENGARUH SHOPEEPAYLATER DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIVE PADA MAHASISWA UIN MALANG JURUSAN MANAJEMEN (2018-2020)*
- Adhani, A. (2001). *Individual Differences In Impulse Buying Tendency: Feeling And No Thinking*. *European Journal Of Personality*, 15(S1), S71–S83.  
<https://Onlinelibrary.Wiley.Com/Doi/10.1002/Per.423>
- Oseifuah. (2025). *Perilaku Belanja Impulsif Secara Online*, 35(5), 838–850.  
<https://academic.oup.com/jcr/article/35/5/838/1797214>
- Putri, F. T. A., Zahrah, H., Ilmi, M. N., & Aruniya, W. (2025). *Persaingan pengemudi ojek online dan ojek pangkalan dalam perspektif etika bisnis Islam*. *PENG: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 2(4), 4316–4326