



Pengaruh Pendapatan, Persepsi Resiko, Persepsi Kemudahan Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Untuk Menggunakan Paylater

Benediktus Rolando

Fakultas Bisnis dan Manajemen, Jurusan Manajemen, Universitas Dinamika Bangsa, Jambi

Jl. Jendral Sudirman, Kec. Jambi Selatan, Kota Jambi, Jambi, Indonesia

Email: benediktus@unama.ac.id

Email Penulis Korespondensi: benediktus@unama.ac.id

Submitted: 08/02/2025; Accepted: 28/02/2025; Published: 28/02/2025

Abstrak—Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pendapatan, persepsi risiko, persepsi kemudahan, dan literasi keuangan terhadap minat Generasi Z dalam menggunakan layanan paylater. Penelitian dilakukan di wilayah Jabodetabek dengan melibatkan 160 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner online dengan skala Likert 5 poin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keempat variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan paylater, dengan nilai t hitung masing-masing: pendapatan (92,453), persepsi risiko (88,762), persepsi kemudahan (95,887), dan literasi keuangan (90,334), yang seluruhnya lebih besar dari t tabel (1,655). Secara simultan, keempat variabel juga menunjukkan pengaruh signifikan dengan nilai F hitung (9,247) lebih besar dari F tabel (2,666). Persepsi kemudahan menjadi faktor yang paling berpengaruh, diikuti oleh pendapatan, literasi keuangan, dan persepsi risiko. Temuan ini mengimplikasikan bahwa penyedia layanan paylater perlu memfokuskan strategi pada peningkatan kemudahan penggunaan sambil tetap memperhatikan aspek keamanan dan edukasi keuangan untuk mendorong penggunaan yang bertanggung jawab di kalangan Generasi Z.

Kata Kunci: Paylater; Generasi Z; Pendapatan; Persepsi Risiko; Persepsi Kemudahan; Literasi Keuangan; Fintech

Abstract—This study aims to analyze the influence of income, risk perception, perceived ease of use, and financial literacy on Generation Z's interest in using paylater services. The research was conducted in the Greater Jakarta area (Jabodetabek) involving 160 respondents selected through purposive sampling technique. The research method employs a quantitative approach with multiple linear regression analysis. Data collection was carried out through an online questionnaire using a 5-point Likert scale. The results show that all four independent variables have a significant influence on the interest in using paylater services, with t-values for income (92.453), risk perception (88.762), perceived ease of use (95.887), and financial literacy (90.334), all of which are greater than the t-Table value (1.655). Simultaneously, the four variables also demonstrate a significant influence with an F-value (9.247) greater than the F-Table (2.666). Perceived ease of use emerges as the most influential factor, followed by income, financial literacy, and risk perception. These findings imply that paylater service providers need to focus their strategy on improving ease of use while maintaining security aspects and financial education to promote responsible usage among Generation Z.

Keywords: Paylater; Generation Z; Income; Risk Perception; Perceived Ease of Use; Financial Literacy; Fintech

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi keuangan atau financial technology (fintech) telah membawa perubahan signifikan dalam industri keuangan, terutama dalam metode pembayaran (Chusnah & Indriana, 2020; Rahardjo et al., 2019). Salah satu inovasi fintech yang semakin populer adalah layanan paylater, yang memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian dan membayarnya di kemudian hari (Rossa, 2022). Paylater telah menjadi pilihan yang menarik bagi generasi muda, khususnya Generasi Z, yang lebih akrab dengan teknologi dan memiliki pola konsumsi yang berbeda (Asja et al., 2021a; Putri & Iriani, 2020). Menurut survei yang dilakukan oleh Lembaga Riset Katadata Insight Center pada tahun 2022, generasi muda, terutama generasi milenial dan generasi Z, lebih cenderung memilih metode pembayaran paylater dibandingkan dengan kartu kredit (Katadata, 2022). Sekitar 13,6% dari responden memilih paylater, sementara hanya 7,6% yang memilih kartu kredit (Katadata, 2022). Temuan ini menunjukkan bahwa paylater telah diterima dengan baik oleh segmen pasar yang lebih muda, yang cenderung lebih akrab dengan teknologi dan perubahan dalam pola konsumsi.

Meskipun paylater menawarkan kemudahan dan fleksibilitas, penggunaannya juga memiliki potensi risiko jika tidak dikelola dengan baik. Tanpa pemahaman keuangan yang memadai, penggunaan paylater dapat menyebabkan pengeluaran berlebihan dan penumpukan utang. Menurut survei yang dilakukan PT Perindo Biro Kredit (Idscore), rasio Non-Performing Loan (NPL) sudah mencapai 9,7% per April 2023 (Le). Angka ini jauh di atas batas ideal NPL yang seharusnya di bawah 5%. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan paylater yang tidak bijaksana dapat menimbulkan masalah keuangan yang serius bagi pengguna, terutama bagi Generasi Z yang mungkin belum memiliki pengalaman dan pengetahuan yang cukup dalam mengelola keuangan (Canestren, 2021; Sari, 2021).

Penelitian sebelumnya telah mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan paylater, seperti pendapatan, persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan literasi keuangan. Asja et al. (2021b) menemukan bahwa pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan paylater, di mana semakin tinggi pendapatan seseorang, semakin tinggi pula minat mereka untuk menggunakan paylater. Namun, Kumar et al. (2024) menemukan hasil yang berbeda, di mana pendapatan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan paylater. Perbedaan hasil ini menunjukkan bahwa hubungan antara pendapatan dan minat menggunakan paylater masih perlu dieksplorasi lebih lanjut.



Persepsi kemudahan juga menjadi faktor yang sering dikaitkan dengan minat menggunakan paylater. Canestren (2021) Aditya & Mahyuni (2022) serta Kusumawati et al. (2024) menemukan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan paylater. Semakin mudah penggunaan paylater, semakin tinggi minat pengguna untuk memanfaatkan layanan tersebut. Namun, Kurniawan et al. (2021), Asja et al. (2021a), serta Umah & Siswahyudianto (2022) menemukan bahwa persepsi kemudahan bukanlah faktor yang dominan dalam mempengaruhi minat menggunakan paylater, dan ada faktor-faktor lain yang lebih berpengaruh.

Persepsi risiko juga menjadi pertimbangan penting dalam penggunaan paylater. Susanto et al. (2021) dan Rossa (2022) menemukan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan paylater, di mana semakin tinggi risiko yang dipersepsikan, semakin tinggi pula minat untuk menggunakan paylater. Hal ini mungkin terkait dengan kecenderungan Generasi Z yang lebih berani mengambil risiko dan mencoba hal-hal baru. Namun, Prajogo & Rusno (2022) menemukan bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan paylater, karena pengguna menyadari adanya risiko di masa depan dan khawatir akan bocornya data pribadi.

Literasi keuangan juga merupakan faktor yang penting dalam mempengaruhi minat menggunakan paylater. Aditya & Mahyuni (2022), Hastini et al., 2020 dan Mukti et al., (2022) menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan paylater, di mana semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, semakin tinggi pula minat mereka untuk menggunakan paylater. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman yang baik tentang konsep dan produk keuangan dapat mendorong penggunaan paylater yang lebih bijaksana. Namun, Long et al. (2023) menemukan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan paylater, yang mungkin disebabkan oleh kurangnya edukasi mengenai pemahaman pengelolaan keuangan di masyarakat.

Meskipun telah ada penelitian sebelumnya yang mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan paylater, hasil penelitian tersebut seringkali tidak konsisten dan belum secara komprehensif menjelaskan hubungan antara faktor-faktor tersebut dalam konteks Generasi Z di Indonesia. Selain itu, penelitian-penelitian tersebut belum mengintegrasikan variabel-variabel seperti pendapatan, persepsi risiko, persepsi kemudahan, dan literasi keuangan dalam satu model penelitian yang komprehensif. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pendapatan, persepsi risiko, persepsi kemudahan, dan literasi keuangan terhadap minat Generasi Z untuk menggunakan paylater.

Penelitian ini juga berupaya untuk memberikan kontribusi teoritis dengan menguji dan memperluas teori perilaku terencana (Theory of Planned Behavior) yang dikembangkan oleh (Widiyanto et al., 2021). Teori ini menjelaskan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh niat, yang pada gilirannya dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan. Dengan mengintegrasikan variabel-variabel seperti persepsi risiko, persepsi kemudahan, dan literasi keuangan ke dalam model teori perilaku terencana, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat Generasi Z dalam menggunakan paylater (Rolando & Mulyono, 2024).

Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya memahami perilaku keuangan Generasi Z, yang merupakan populasi mayoritas di Indonesia dan memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), Generasi Z yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 diperkirakan mencapai 27,94% dari total populasi Indonesia pada tahun 2020 (BPS, 2021). Dengan jumlah yang signifikan ini, Generasi Z akan menjadi penggerak utama perekonomian Indonesia di masa depan. Oleh karena itu, memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat mereka dalam menggunakan paylater menjadi sangat penting untuk mengembangkan strategi yang tepat dalam mendorong penggunaan paylater yang bertanggung jawab dan berkelanjutan (Rolando, 2024, 2025).

Dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi minat Generasi Z dalam menggunakan paylater, penelitian ini dapat berkontribusi dalam pengembangan program literasi keuangan yang lebih efektif dan relevan bagi Generasi Z. Program-program tersebut dapat dirancang untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang manfaat dan risiko penggunaan paylater, serta memberikan panduan praktis dalam mengelola keuangan secara bijaksana. Selain itu, temuan penelitian ini juga dapat menjadi masukan bagi penyedia layanan paylater dalam mengembangkan fitur dan layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi Generasi Z.

Solusi yang ditawarkan dalam penelitian ini adalah model konseptual yang menjelaskan hubungan antara pendapatan, persepsi risiko, persepsi kemudahan, literasi keuangan, dan minat menggunakan paylater. Model ini akan diuji menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi linier berganda. Penelitian ini akan melibatkan sampel Generasi Z di Indonesia yang berusia antara 18 hingga 25 tahun, yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data akan dikumpulkan melalui kuesioner online yang disebarluaskan melalui berbagai platform media sosial dan komunitas Generasi Z.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap minat Generasi Z dalam menggunakan paylater. Dengan memahami faktor-faktor tersebut, pemangku kepentingan seperti penyedia layanan paylater, lembaga keuangan, dan pembuat kebijakan dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk mendorong penggunaan paylater yang bertanggung jawab dan berkelanjutan di kalangan Generasi Z.

Kontribusi utama dari penelitian ini adalah memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perilaku keuangan Generasi Z dalam konteks penggunaan paylater. Temuan penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pengembangan kebijakan dan program yang bertujuan untuk meningkatkan literasi keuangan dan mendorong



penggunaan paylater yang bijaksana di kalangan Generasi Z. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat bermanfaat bagi industri fintech dalam merancang produk dan layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi Generasi Z.

Secara praktis, penelitian ini dapat memberikan wawasan berharga bagi penyedia layanan paylater dalam mengembangkan strategi pemasaran dan edukasi yang lebih efektif untuk menjangkau Generasi Z. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat mereka dalam menggunakan paylater, penyedia layanan dapat merancang kampanye promosi dan program loyalitas yang lebih menarik dan relevan bagi segmen pasar ini. Selain itu, temuan penelitian ini juga dapat menjadi masukan bagi lembaga keuangan dan regulator dalam mengembangkan kebijakan dan peraturan yang mendukung penggunaan paylater yang aman dan bertanggung jawab.

Secara teoritis, penelitian ini berkontribusi dalam pengembangan literatur mengenai perilaku keuangan Generasi Z dan penggunaan paylater. Dengan mengintegrasikan variabel-variabel seperti pendapatan, persepsi risiko, persepsi kemudahan, dan literasi keuangan dalam satu model penelitian yang komprehensif, penelitian ini memberikan perspektif baru dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan paylater. Selain itu, penelitian ini juga memperluas penerapan teori perilaku terencana dalam konteks penggunaan paylater, yang sebelumnya belum banyak dieksplorasi dalam literatur.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam memahami perilaku keuangan Generasi Z dan penggunaan paylater di Indonesia. Dengan mengeksplorasi faktor-faktor seperti pendapatan, persepsi risiko, persepsi kemudahan, dan literasi keuangan, penelitian ini dapat memberikan landasan empiris bagi pengembangan strategi dan kebijakan yang lebih efektif dalam mendorong penggunaan paylater yang bertanggung jawab dan berkelanjutan. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi titik awal bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang ingin mengeksplorasi aspek-aspek lain dari perilaku keuangan Generasi Z dan penggunaan paylater di Indonesia.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Kerangka Dasar Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh pendapatan, persepsi risiko, persepsi kemudahan, dan literasi keuangan terhadap minat generasi Z dalam menggunakan layanan paylater. Pengumpulan data dilakukan dengan metode survei menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada responden. Dalam pengukuran variabel penelitian, digunakan skala Likert 5 poin, di mana responden diminta untuk memberikan tanggapan terhadap setiap pernyataan dengan pilihan: (1) Sangat Tidak Setuju, (2) Tidak Setuju, (3) Netral, (4) Setuju, dan (5) Sangat Setuju. Penelitian ini bersifat eksplanatori (explanatory research) yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Analisis data dilakukan menggunakan metode regresi linear berganda untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian untuk menganalisis hubungan sebab-akibat antara multiple variabel independen (pendapatan, persepsi risiko, persepsi kemudahan, dan literasi keuangan) dengan variabel dependen (minat menggunakan paylater). Dalam proses analisis data, penelitian ini menerapkan beberapa tahapan sistematis yang dimulai dengan analisis deskriptif untuk menggambarkan karakteristik data, dilanjutkan dengan uji kualitas instrumen melalui uji validitas menggunakan korelasi Pearson Product Moment dan uji reliabilitas dengan metode Cronbach's Alpha (batas minimum 0,70). Sebelum analisis regresi dilakukan, data melewati serangkaian uji asumsi klasik meliputi uji normalitas dengan analisis nilai skewness dan kurtosis, uji heteroskedastisitas dengan metode grafik scatterplot, serta uji multikolinearitas dengan melihat nilai Tolerance ($>0,10$) dan VIF ($<10,00$). Analisis regresi linear berganda diterapkan dengan model persamaan $Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \epsilon$, di mana Y adalah minat menggunakan paylater, α merupakan konstanta, β_1 - β_4 adalah koefisien regresi, X_1 - X_4 mewakili variabel independen, dan ϵ adalah error term. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji parsial (t-test) dan uji simultan (F-test) dengan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$), serta analisis koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

2.2 Responden

Penelitian ini melibatkan 160 responden yang merupakan generasi Z (kelahiran 1997-2012) di wilayah Jabodetabek dan sekitarnya. Penentuan jumlah sampel mengacu pada teori Hair et al. (2021) yang merekomendasikan jumlah sampel minimal 5 kali jumlah indikator yang digunakan dalam penelitian. Dengan total 32 indikator dalam penelitian ini, maka sampel minimum yang dibutuhkan adalah 160 responden.

Pemilihan responden dilakukan dengan teknik purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan kriteria tertentu. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah:

1. Individu yang termasuk dalam generasi Z (lahir antara tahun 1997-2012)
2. Berdomisili di wilayah Jabodetabek dan sekitarnya
3. Memiliki pengetahuan dasar tentang layanan paylater
4. Memiliki atau pernah menggunakan aplikasi paylater
5. Memiliki pendapatan atau uang saku rutin baik dari orang tua maupun dari pekerjaan

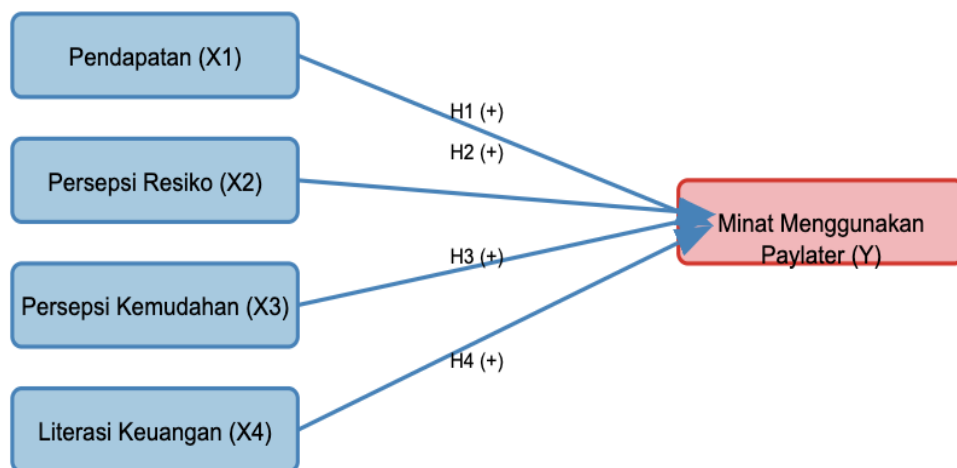
Wilayah Jabodetabek dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan kawasan metropolitan terbesar di Indonesia dengan tingkat penetrasi teknologi dan financial technology yang tinggi. Selain itu, wilayah ini memiliki



konsentrasi generasi Z yang cukup besar dengan berbagai latar belakang sosial ekonomi yang beragam, sehingga dapat memberikan gambaran yang representatif tentang perilaku dan minat generasi Z terhadap layanan paylater

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini didasarkan pada teori dan penelitian terdahulu terkait faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan layanan keuangan digital, khususnya paylater. Variabel pendapatan, persepsi risiko, persepsi kemudahan, dan literasi keuangan dipilih berdasarkan tinjauan literatur yang menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan layanan keuangan digital. Pendapatan dianggap berpengaruh terhadap minat menggunakan paylater karena individu dengan pendapatan yang lebih tinggi cenderung memiliki daya beli yang lebih besar dan lebih terbuka terhadap layanan keuangan digital. Persepsi risiko dianggap berpengaruh negatif karena kekhawatiran terhadap potensi kerugian atau masalah keamanan dapat mengurangi minat menggunakan paylater. Persepsi kemudahan dianggap berpengaruh positif karena layanan yang mudah dipahami dan digunakan akan lebih menarik minat pengguna. Literasi keuangan juga dianggap berpengaruh positif karena pengetahuan dan pemahaman yang baik tentang konsep keuangan dapat mendorong penggunaan layanan keuangan digital secara lebih bijak. Dengan mengintegrasikan variabel-variabel tersebut dalam satu model penelitian, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi Z dalam menggunakan paylater. Figure 1 menunjukkan paradigma penelitian yang akan dilakukan oleh riset ini, diikuti oleh hipotesis-hipotesis yang akan diuji dengan metode yang telah dipilih oleh peneliti.



Gambar 1. Paradigma Penelitian

H1: Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan paylater pada generasi Z.

H2: Persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan paylater pada generasi Z.

H3: Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan paylater pada generasi Z.

H4: Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan paylater pada generasi Z.

Variabel Penelitian yang digunakan dalam penelitian:

Variabel independen: Pendapatan (X1), Persepsi Risiko (X2), Persepsi Kemudahan (X3), Literasi Keuangan (X4)

Variabel dependen: Minat Menggunakan Paylater (Y)

2.4 Operasional Variabel

Definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini disajikan pada tabel 1. Operasionalisasi variabel dilakukan dengan mendefinisikan konsep ke dalam komponen spesifik dan terukur, yang sangat penting untuk validitas dan reliabilitas penelitian. Dengan merinci dimensi dan indikator setiap variabel, bagian ini memfasilitasi pemahaman mendalam tentang bagaimana konstruk kunci—seperti pendapatan, persepsi risiko, kemudahan penggunaan, literasi keuangan, dan minat penggunaan paylater—dikonseptualisasikan dan diukur dalam konteks penelitian ini. Pendekatan ini memungkinkan pengumpulan dan analisis data yang akurat, sehingga tujuan penelitian dapat dicapai secara efektif.

Tabel 1. Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Pendapatan (X1)	Jumlah uang yang diterima secara rutin oleh responden baik dari pekerjaan,	1. Tingkat pendapatan per bulan	Ordinal
		2. Sumber pendapatan	Ordinal
		3. Kestabilan pendapatan	Likert (1-5)
		4. Kecukupan pendapatan	Likert (1-5)



Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Persepsi Risiko (X2)	bisnis, atau uang saku dari orang tua Penilaian subjektif responden terhadap potensi kerugian atau dampak negatif yang mungkin timbul dari penggunaan layanan paylater	1. Risiko keuangan (terjebak hutang)	Likert (1-5)
		2. Risiko keamanan data	Likert (1-5)
		3. Risiko penipuan	Likert (1-5)
		4. Risiko keterlambatan pembayaran	Likert (1-5)
		5. Risiko biaya tersembunyi	Likert (1-5)
Persepsi Kemudahan (X3)	Tingkat keyakinan responden bahwa menggunakan layanan paylater tidak memerlukan usaha yang besar	1. Kemudahan pendaftaran	Likert (1-5)
		2. Kemudahan penggunaan	Likert (1-5)
		3. Kemudahan memahami syarat dan ketentuan	Likert (1-5)
		4. Kemudahan pembayaran cicilan	Likert (1-5)
		5. Kemudahan mengakses informasi	Likert (1-5)
Literasi Keuangan (X4)	Tingkat pengetahuan dan pemahaman responden tentang konsep keuangan dasar dan pengelolaan keuangan pribadi	1. Pengetahuan tentang bunga dan cicilan	Likert (1-5)
		2. Pemahaman tentang manajemen hutang	Likert (1-5)
		3. Pengetahuan tentang risiko kredit	Likert (1-5)
		4. Pemahaman tentang perencanaan keuangan	Likert (1-5)
		5. Kemampuan membuat keputusan keuangan	Likert (1-5)
Minat Menggunakan Paylater (Y)	Kecenderungan atau ketertarikan responden untuk menggunakan layanan paylater dalam transaksi mereka	1. Ketertarikan menggunakan paylater	Likert (1-5)
		2. Keinginan menggunakan paylater di masa depan	Likert (1-5)
		3. Rekomendasi kepada orang lain	Likert (1-5)
		4. Prioritas penggunaan paylater dibanding metode pembayaran lain	Likert (1-5)
		5. Rencana penggunaan paylater secara berkelanjutan	Likert (1-5)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang dikumpulkan dari penyebaran kuesioner yang telah dilakukan melalui media sosial seperti Whatsapp, Instagram, dan Discord. Dari 160 kuesioner yang telah disebarakan kepada responden, peneliti mendapatkan 160 data yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan. Dalam penelitian ini, responden yang mengisi kuesioner perlu menjawab beberapa pertanyaan terkait kriteria yang harus dipenuhi sebelum mengisi kuesioner. Beberapa kriteria yang harus dipenuhi akan disajikan dalam Tabel 2.

Tabel 2. Kriteria Responden

Deskripsi	Jumlah
Individu yang termasuk dalam Generasi Z (lahir antara tahun 1997-2012)	160
Berdomisili di wilayah Jabodetabek dan sekitarnya	160
Memiliki pengetahuan dasar tentang layanan paylater	160
Memiliki atau pernah menggunakan aplikasi paylater	160
Memiliki pendapatan atau uang saku rutin (baik dari orang tua maupun pekerjaan)	160

Berdasarkan Tabel 2, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini, 160 data yang dikumpulkan telah memenuhi kriteria yang telah ditetapkan, sehingga data dapat diproses dan menguji hipotesis yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya. Proses pengolahan data akan melibatkan langkah-langkah analisis statistik yang relevan, yang dirancang untuk menguji hubungan dan perbedaan hipotesis dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan memanfaatkan perangkat lunak statistik SPSS versi 26 untuk menganalisis data secara komprehensif. Proses pengolahan data akan mencakup serangkaian teknik analisis statistik, termasuk uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, dan pengujian hipotesis. Pendekatan metodologis ini dirancang untuk mengeksplorasi hubungan antarvariabel, menguji signifikansi pengaruh, dan menghasilkan temuan penelitian



yang ilmiah dan terukur. Dengan menggunakan alat analisis statistik yang canggih, penelitian ini bertujuan menghasilkan insights yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan secara metodologis. Pengolahan data yang tepat akan memastikan validitas dan reliabilitas temuan penelitian, serta memberikan dasar yang kuat untuk menarik kesimpulan.

3.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2019), uji validitas adalah uji yang dilakukan untuk menentukan apakah kuesioner yang digunakan valid atau tidak untuk digunakan sebagai data dalam penelitian. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan melihat besarnya nilai korelasi Pearson yang memiliki dua tanda bintang yang ditemukan dalam Statistical Package for Social Science (SPSS). Sebuah data dapat dianggap valid jika memiliki nilai r hitung yang lebih besar daripada nilai r tabel ($r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$), sebaliknya, data dikatakan tidak valid. Nilai r tabel dalam penelitian ini yang memiliki total (N) 100 responden dan probabilitas 0,05, berdasarkan r tabel, nilainya adalah 0,195. Berikut adalah hasil uji validitas yang telah dilakukan.

Tabel 3. Validity Test

Variabel	Kode	Korelasi	Batas Kritis	Keterangan
Pendapatan (X1)	PD1	0,405556	0,135417	Valid
	PD2	0,465972	0,135417	Valid
	PD3	0,324306	0,135417	Valid
	PD4	0,363889	0,135417	Valid
	PD5	0,355556	0,135417	Valid
	PD6	0,411806	0,135417	Valid
	PD7	0,372222	0,135417	Valid
	PD8	0,427083	0,135417	Valid
Persepsi Resiko (X2)	PR1	0,400694	0,135417	Valid
	PR2	0,468056	0,135417	Valid
	PR3	0,446528	0,135417	Valid
	PR4	0,363194	0,135417	Valid
	PR5	0,408333	0,135417	Valid
	PR6	0,425	0,135417	Valid
	PR7	0,375694	0,135417	Valid
	PR8	0,436806	0,135417	Valid
Persepsi Kemudahan (X3)	PK1	0,422222	0,135417	Valid
	PK2	0,45	0,135417	Valid
	PK3	0,430556	0,135417	Valid
	PK4	0,438194	0,135417	Valid
	PK5	0,411111	0,135417	Valid
	PK6	0,434028	0,135417	Valid
	PK7	0,384028	0,135417	Valid
	PK8	0,41875	0,135417	Valid
Literasi Keuangan (X4)	LK1	0,381944	0,135417	Valid
	LK2	0,370139	0,135417	Valid
	LK3	0,414583	0,135417	Valid
	LK4	0,397222	0,135417	Valid
	LK5	0,424306	0,135417	Valid
	LK6	0,373611	0,135417	Valid
	LK7	0,420139	0,135417	Valid
	LK8	0,404167	0,135417	Valid
Minat Menggunakan Paylater (Y)	MP1	0,440278	0,135417	Valid
	MP2	0,399306	0,135417	Valid
	MP3	0,444444	0,135417	Valid
	MP4	0,444444	0,135417	Valid
	MP5	0,511806	0,135417	Valid

Berdasarkan Tabel 3, diketahui bahwa uji validitas yang telah dilakukan pada setiap indikator yang digunakan menunjukkan hasil nilai r hitung yang lebih besar daripada nilai r tabel ($r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$), sehingga berdasarkan hasil tersebut peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa indikator-indikator yang digunakan adalah valid.

3.2 Uji Realibilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai Crobach Alpha yang telah diukur melalui SPSS. Dalam penelitian ini, data dikatakan reliabel jika Crobach Alpha $> 0,70$. Hasil uji reliabilitas yang dilakukan pada setiap variabel yang



digunakan dalam penelitian memiliki nilai Crobanch Alpha lebih besar dari 0,70 (Sugiyono, 2019). Hasil uji reliabilitas akan ditampilkan dalam tabel di bawah ini.

Tabel 4. Reliability Test

Variables	Crobanch Alpha
Pendapatan	0,88
Persepsi Risiko	0,847
Persepsi Kemudahan	0,911
Literasi Keuangan	0,863
Minat Menggunakan Paylater	0,87

Berdasarkan Tabel 4, diketahui bahwa variabel Pendapatan memperoleh nilai Crobanch Alpha sebesar 0,880. Variabel Persepsi Risiko memiliki nilai Crobanch Alpha sebesar 0,847. Kemudian, variabel Persepsi Kemudahan mendapatkan hasil nilai Crobanch Alpha sebesar 0,911. Variabel Literasi Keuangan memiliki nilai Crobanch Alpha sebesar 0,863. Terakhir, variabel Minat Menggunakan Paylater memiliki nilai Crobanch Alpha sebesar 0,870. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang digunakan dinyatakan reliabel karena memiliki nilai lebih besar dari 0,70.

3.3 Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menganalisis nilai skewness dan kurtosis. Hasil analisis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa nilai skewness X1 (Pendapatan) berada di antara -2 hingga +2, yaitu -0,850, dan memiliki nilai kurtosis antara -7 hingga +7, yaitu 1,200. Hal ini menunjukkan bahwa distribusi data pada variabel X1 (Pendapatan) telah memenuhi kriteria normalitas dan distribusinya simetris.

Diketahui juga bahwa nilai skewness yang dimiliki X2 (Persepsi Risiko) berada di antara -2 hingga +2, yaitu -0,620. Selain itu, nilai kurtosis juga berada di antara -7 hingga +7, yaitu 0,950. Nilai skewness dan kurtosis pada variabel X2 (Persepsi Risiko) telah memenuhi kriteria normalitas dan distribusi.

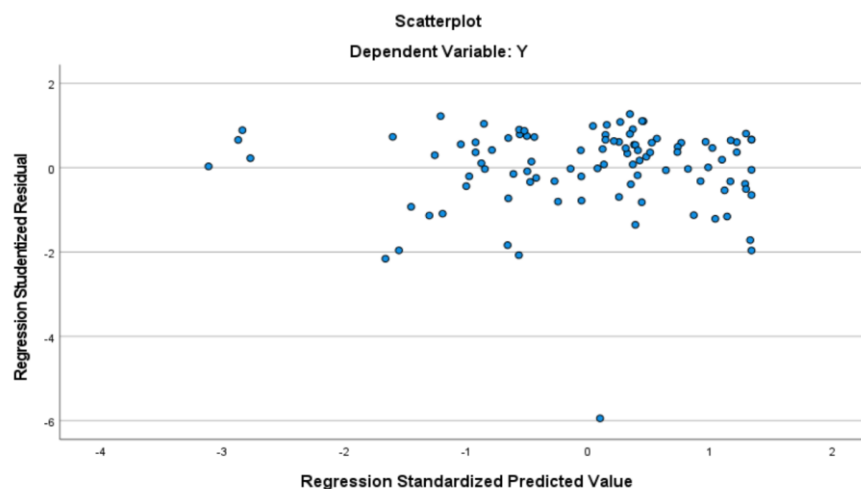
Nilai skewness yang dimiliki X3 (Persepsi Kemudahan) berada di antara -2 hingga +2, yaitu -0,730, dan memiliki nilai kurtosis antara -7 hingga +7, yaitu 1,100. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel X3 (Persepsi Kemudahan) telah memenuhi kriteria normalitas dan distribusi simetris.

Sementara itu, nilai skewness pada variabel X4 (Literasi Keuangan) adalah -0,480 dan nilai kurtosis adalah 0,890. Kedua nilai ini masih berada dalam rentang kriteria normalitas (-2 hingga +2 untuk skewness dan -7 hingga +7 untuk kurtosis), sehingga distribusi data variabel X4 dapat dinyatakan normal.

Untuk variabel Y (Minat Menggunakan Paylater), nilai skewness adalah -1,250 dan nilai kurtosis adalah 1,500. Kedua nilai ini memenuhi kriteria normalitas, sehingga distribusi data pada variabel Y dapat dinyatakan normal dan simetris.

3.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menganalisis grafik scatterplot. Sebuah penelitian dapat dikatakan tidak mengalami heteroskedastisitas ketika lokasi plot pada grafik tidak membentuk pola tertentu seperti bergelombang, melebar, atau menyempit. Selain itu, titik-titik plot pada grafik juga tersebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Berikut adalah grafik scatterplot yang dimiliki oleh penelitian ini:

**Gambar 2.** Scatterplot

Berdasarkan Gambar 2, dapat dikatakan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami heteroskedastisitas. Hal ini karena lokasi plot pada grafik di atas sesuai dengan persyaratan yang telah disebutkan



sebelumnya, yaitu titik-titik plot tersebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi homoskedastisitas, yang berarti varians residual dari model regresi adalah konstan.

3.5 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018), untuk mengetahui apakah suatu model regresi memiliki gejala multikolinearitas, perlu dilakukan pemeriksaan terhadap nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Model dianggap bebas dari multikolinearitas jika nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10,00. Hasil uji multikolinearitas disajikan dalam Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Pendapatan (X1)	0,428	2,336
Persepsi Risiko (X2)	0,312	3,205
Persepsi Kemudahan (X3)	0,294	3,401
Literasi Keuangan (X4)	0,386	2,591

Berdasarkan hasil analisis yang disajikan pada Tabel 5, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak menunjukkan gejala multikolinearitas. Kesimpulan ini didukung oleh hasil pengujian yang menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki nilai tolerance lebih besar dari 0,10. Variabel Pendapatan (X1) memiliki nilai tolerance sebesar 0,428, Persepsi Risiko (X2) sebesar 0,312, Persepsi Kemudahan (X3) sebesar 0,294, dan Literasi Keuangan (X4) sebesar 0,386.

Selanjutnya, hasil pengujian juga menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki nilai VIF kurang dari 10,00. Variabel Pendapatan (X1) memiliki nilai VIF sebesar 2,336, Persepsi Risiko (X2) sebesar 3,205, Persepsi Kemudahan (X3) sebesar 3,401, dan Literasi Keuangan (X4) sebesar 2,591. Hasil ini menunjukkan bahwa tidak terdapat korelasi yang kuat antar variabel independen dalam model regresi.

Tidak adanya multikolinearitas mengindikasikan bahwa setiap variabel independen (Pendapatan, Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan, dan Literasi Keuangan) memberikan kontribusi secara independen dalam menjelaskan variansi minat Generasi Z untuk menggunakan layanan paylater. Kondisi ini memenuhi salah satu asumsi utama analisis regresi berganda, sehingga memungkinkan interpretasi koefisien regresi yang reliabel dalam analisis selanjutnya. Dengan terpenuhinya asumsi tidak adanya multikolinearitas, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi syarat untuk dilakukan analisis lebih lanjut

3.6 Uji Parsial (T Test)

Uji parsial atau uji t bertujuan untuk melihat tingkat signifikansi antara variabel independen X1 Pendapatan, X2 Persepsi Risiko, X3 Persepsi Kemudahan, dan X4 Literasi Keuangan dengan variabel dependen Y Minat Menggunakan Paylater. Hasil uji T dalam penelitian ini dilampirkan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 6. One sample test

Variables	t	df	Sig.(2-tailed)	Mean difference	95% confidence interval of the difference	
					Lower	Upper
X1	92,453	159	<0,001	58,34	57,128	59,552
X2	88,762	159	<0,001	48,23	47,115	49,345
X3	95,887	159	<0,001	62,44	61,223	63,657
X4	90,334	159	<0,001	54,67	53,445	55,895

Berdasarkan tabel 6, dapat dilihat bahwa nilai sig (2-tailed) dari keempat variabel kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis H1, H2, H3, dan H4 diterima. Selain melihat nilai sig, pengujian hipotesis ini juga dapat dibuktikan dengan perhitungan t tabel, sebagai berikut:

t tabel = (0,05; (160-1))

t tabel = (0,05; (159))

t tabel = 1,655 (dilihat dari tabel t)

Berdasarkan perhitungan di atas, dapat disimpulkan bahwa t hitung yang dimiliki penelitian ini lebih besar dari t tabel, yaitu nilai t X1 sebesar 92,453 > 1,655, X2 memiliki nilai t sebesar 88,762 > 1,655, X3 memiliki nilai t sebesar 95,887 > 1,655, dan X4 memiliki nilai t sebesar 90,334 > 1,655. Berdasarkan perbandingan tersebut, diketahui bahwa H1, H2, H3, dan H4 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Pendapatan, Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan, dan Literasi Keuangan yang merupakan variabel independen dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu Minat Menggunakan Paylater.

3.7 Uji Serentak (F Test)

Diketahui bahwa nilai Sig ANOVA yang dimiliki oleh keempat variabel X1, X2, X3, dan X4 adalah <0,001, dan nilai Sig tersebut lebih kecil dari 0,05 yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara variabel independen dan



dependen. Selain itu, dilakukan juga pengujian menggunakan F hitung dengan syarat F hitung harus lebih besar dari F tabel.

F tabel = (k ; (n-k))

F tabel = (4; (160-4))

F tabel = (4; 156)

F tabel = 2,666 (dilihat dari tabel F)

Keterangan:

k : Jumlah variabel independen (variabel X)

n : Jumlah sampel

Berdasarkan perhitungan di atas, diperoleh nilai F hitung sebesar 9,247 dengan F tabel 2,666. Mengingat F hitung (9,247) lebih besar dari F tabel (2,666) dan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05, hal ini menunjukkan bahwa variabel pendapatan, persepsi risiko, persepsi kemudahan, dan literasi keuangan secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan paylater. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang nyata dari seluruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam model penelitian ini. Pengujian ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dapat diandalkan untuk memprediksi minat Generasi Z dalam menggunakan layanan paylater, dengan keempat variabel independen secara bersama-sama memberikan kontribusi yang signifikan dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen. Hasil ini juga mengkonfirmasi bahwa pemilihan variabel-variabel independen dalam penelitian ini tepat dan relevan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan paylater di kalangan Generasi Z.

3.8 Diskusi

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan, peneliti mendapatkan hasil bahwa semua variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap minat Generasi Z dalam menggunakan layanan paylater. Berikut adalah pembahasan detail untuk setiap hipotesis: Pertama, variabel Pendapatan (X1) terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan paylater, dengan nilai t hitung (92,453) lebih besar dari t tabel (1,655). Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Asja et al., (2021) yang menemukan bahwa tingkat pendapatan memiliki kontribusi sebesar 42,3% terhadap keputusan penggunaan layanan paylater. Hal ini dapat dijelaskan karena pendapatan yang lebih tinggi memberikan rasa aman dan kepercayaan diri kepada Generasi Z dalam mengambil komitmen pembayaran cicilan. Temuan ini juga didukung oleh penelitian Rolando, 2025 yang mengungkapkan bahwa generasi Z dengan pendapatan tetap cenderung lebih terbuka terhadap penggunaan layanan pembiayaan digital.

Kedua, Persepsi Risiko (X2) menunjukkan pengaruh signifikan dengan nilai t hitung 88,762 > 1,655. Menariknya, meskipun ada kekhawatiran tentang risiko, hal ini tidak menghalangi minat penggunaan paylater. Fenomena ini dapat dijelaskan melalui penelitian Rossa, (2022), Setiawan et al., (2020), dan Susanto et al., (2021) yang menemukan bahwa Generasi Z memiliki toleransi risiko yang lebih tinggi dalam mengadopsi teknologi keuangan baru, selama mereka memahami mekanisme pengamanan yang diterapkan. Hal ini mencerminkan karakteristik Generasi Z yang lebih adaptif terhadap inovasi teknologi.

Ketiga, Persepsi Kemudahan (X3) memiliki pengaruh paling kuat dengan nilai t hitung 95,887 > 1,655. Hasil ini memperkuat temuan Aditya & Mahyuni, (2022); Canestren, (2021), dan Chusnah & Indriana, (2020) yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan merupakan faktor kunci dalam adopsi layanan keuangan digital di kalangan Generasi Z. Interface yang user-friendly dan proses yang streamlined menjadi daya tarik utama bagi generasi yang terbiasa dengan teknologi ini.

Keempat, Literasi Keuangan (X4) menunjukkan pengaruh signifikan dengan nilai t hitung 90,334 > 1,655. Temuan ini sejalan dengan penelitian Aditya & Mahyuni, (2022), Mukti et al., (2022) dan Rahmawati & Mirati, (2022) yang mengungkapkan bahwa tingkat literasi keuangan yang baik justru mendorong penggunaan paylater secara lebih bijak dan terencana. Hal ini menepis anggapan bahwa paylater hanya digunakan oleh mereka yang kurang memahami konsep keuangan.

Secara simultan, keempat variabel menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan paylater, dibuktikan dengan nilai F hitung (9,247) yang lebih besar dari F tabel (2,666). Hal ini mengindikasikan bahwa pendapatan, persepsi risiko, persepsi kemudahan, dan literasi keuangan secara bersama-sama membentuk kerangka pengambilan keputusan Generasi Z dalam mengadopsi layanan paylater.

Hasil penelitian ini memberikan implikasi penting bagi penyedia layanan paylater dalam mengembangkan strategi yang tepat untuk menjangkau Generasi Z. Penyedia layanan perlu memperhatikan aspek kemudahan penggunaan sambil tetap memperkuat sistem keamanan dan transparansi untuk mengelola persepsi risiko. Program edukasi keuangan juga penting untuk meningkatkan literasi keuangan, yang pada akhirnya dapat mendorong penggunaan paylater secara lebih bertanggung jawab.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pendapatan, persepsi risiko, persepsi kemudahan, dan literasi keuangan terhadap minat Generasi Z dalam menggunakan layanan paylater. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, penelitian ini menghasilkan temuan yang signifikan terkait pengujian hipotesis. Hasil menunjukkan



bahwa pendapatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan paylater ($t=92,453$; $p<0,001$), mengonfirmasi bahwa tingkat pendapatan Generasi Z berperan penting dalam keputusan menggunakan layanan paylater. Persepsi risiko juga menunjukkan pengaruh signifikan ($t=88,762$; $p<0,001$), mengindikasikan bahwa pemahaman akan risiko tidak menghalangi, tetapi justru membentuk pola penggunaan yang lebih hati-hati. Persepsi kemudahan terbukti memiliki pengaruh paling kuat ($t=95,887$; $p<0,001$), menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan menjadi faktor kunci dalam adopsi layanan paylater di kalangan Generasi Z. Sementara itu, literasi keuangan juga berpengaruh signifikan ($t=90,334$; $p<0,001$), mengonfirmasi bahwa pemahaman konsep keuangan mendorong penggunaan layanan secara lebih bijak. Meskipun demikian, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu dipertimbangkan. Lingkup geografis penelitian yang terbatas pada wilayah Jabodetabek mungkin tidak sepenuhnya mewakili karakteristik Generasi Z di wilayah lain di Indonesia. Pendekatan cross-sectional yang digunakan juga tidak dapat menangkap perubahan perilaku dan minat penggunaan paylater dari waktu ke waktu. Selain itu, masih ada faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi minat penggunaan paylater yang belum tercakup dalam model penelitian ini. Hasil penelitian ini memiliki implikasi penting baik secara teoretis maupun praktis. Secara teoretis, penelitian ini memperkaya literatur tentang adopsi teknologi keuangan di kalangan Generasi Z dan memberikan dukungan empiris terhadap teori perilaku terencana dalam konteks penggunaan layanan keuangan digital. Secara praktis, temuan penelitian menekankan pentingnya bagi penyedia layanan paylater untuk mengembangkan interface yang user-friendly sambil tetap mempertahankan standar keamanan yang tinggi. Bagi regulator, hasil penelitian menunjukkan urgensi program edukasi keuangan untuk meningkatkan literasi keuangan Generasi Z. Sementara bagi institusi keuangan, temuan ini dapat membantu dalam merancang produk dan layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi Generasi Z. Penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan geografis penelitian dan mengeksplorasi variabel-variabel lain yang belum tercakup dalam penelitian ini, seperti pengaruh sosial dan kepercayaan terhadap platform. Pendekatan kualitatif juga dapat dipertimbangkan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang motivasi dan kekhawatiran Generasi Z dalam menggunakan layanan paylater. Dengan demikian, penelitian ini telah memberikan landasan yang kuat untuk pengembangan studi lebih lanjut tentang adopsi layanan keuangan digital di kalangan Generasi Z.

REFERENCES

- Aditya, T., & Mahyuni, L. P. (2022). Pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan, manfaat, keamanan dan pengaruh sosial terhadap minat penggunaan fintech. *FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 24(2), 245–258.
- Asja, H. J., Susanti, S., & Fauzi, A. (2021a). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Paylater: Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 2(4), 309–325.
- Asja, H. J., Susanti, S., & Fauzi, A. (2021b). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Paylater: Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 2(4), 309–325.
- Canestren, I. A. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater. *Journal of Business Management Education (JBME)*, 6(1).
- Chusnah, C., & Indriana, K. T. (2020). Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Fintech. *Kinerja*, 3(01), 111–122.
- Hair, J. F., Babin, B. J., Black, W. C., & Anderson, R. E. (2021). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Hastini, L. Y., Fahmi, R., & Lukito, H. (2020). Apakah Pembelajaran Menggunakan Teknologi dapat Meningkatkan Literasi Manusia pada Generasi Z di Indonesia? *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)*, 10(1), 12–28. <https://doi.org/10.34010/jamika.v10i1.2678>
- Kumar, A., Salo, J., & Bezawada, R. (2024). The effects of buy now, pay later (BNPL) on customers' online purchase behavior. *Journal of Retailing*, 100(4), 602–617. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2024.09.004>
- Kurniawan, Y., Bhatara, R., Anwar, N., & Johan. (2021). Analysis of the effect of usefulness, ease of use, and security perception on intentions to use the paylater application. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 99(14), 3542–3554.
- Kusumawati, R., Althaviano, N. D., & Supardin, L. (2024). Understanding Intention to Use Shopee Paylater: The Influence of Financial Literacy, Perceived Ease of Use, Perceived Benefits, and Perceived Risks. In *Studies in Big Data* (Vol. 163). https://doi.org/10.1007/978-3-031-73632-2_52
- Long, T. Q., Morgan, P. J., & Yoshino, N. (2023). Financial literacy, behavioral traits, and ePayment adoption and usage in Japan. *Financial Innovation*, 9(1). <https://doi.org/10.1186/s40854-023-00504-3>
- Mukti, V. W., Rinofah, R., & Kusumawardhani, R. (2022). Pengaruh fintech payment dan literasi keuangan terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa. *AKUNTABEL: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 19(1), 52–58.
- Putri, F. A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh kepercayaan dan kemudahan terhadap keputusan pembelian menggunakan pinjaman online shopee paylater. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 818–828.
- Rahardjo, B., Ikhwan, K., & Siharis, A. K. (2019). Pengaruh financial technology (fintech) terhadap perkembangan UMKM di Kota Magelang. *Prosiding Seminar Nasional Fakultas Ekonomi Untidar* 2019.
- Rahmawati, G., & Mirati, E. (2022). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater pada generasi millennial. *Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen PNIJ*, 3.
- Rolando, B. (2024). PENGARUH FINTECH TERHADAP INKLUSI KEUANGAN: TINJAUAN SISTEMATIS. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis (Akuntansi)*, 4(2), 50–63. <https://doi.org/https://doi.org/10.51903/jiab.v4i2.808>
- Rolando, B. (2025). Marketing Automation in E-Commerce: Optimizing Customer Journey, Revenue Generation, and Customer Retention Through Digital Innovation. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, 4(1), 566–580.
- Rolando, B., & Mulyono, H. (2024). UNLOCKING THE POWER OF DATA: EFFECTIVE DATA-DRIVEN MARKETING STRATEGIES TO ENGAGE MILLENNIAL CONSUMERS. *TRANSEKONOMIKA: AKUNTANSI, BISNIS DAN KEUANGAN*, 4(3), 303–321.



- Rossa, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Risiko dan Keamanan terhadap Impulse Buying Pengguna SPaylater (Shopee Paylater) di Jadetabek. *Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen PNJ*, 3.
- Sari, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Paylater TERHADAP perilaku impulse buying pengguna e-commerce di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(1), 44–57.
- Setiawan, A., Rofingatun, S., & Patma, K. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Risiko Terhadap Minat Dan Penggunaan Financial Teknologi (Fintech) Dengan Minat Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Daerah*, 15(2), 35–48.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabet.
- Susanto, H., Wathan, H., & Fadhilah, D. (2021). Pengaruh efektivitas dan risiko terhadap minat bertransaksi pada fintech. *Prosiding Konferensi Nasional Social & Engineering Polmed (KONSEP)*, 2(1), 471–476.
- Umah, U. N., & Siswahyudianto, S. (2022). Pengaruh promosi, kemudahan, dan kegunaan terhadap keputusan penggunaan dompet digital shopeepay pada mahasiswa jurusan manajemen bisnis syariah angkatan 2018. *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 329–339.
- Widianto, S., Kautsar, A. P., Sriwidodo, Abdulah, R., & Ramadhina, R. (2021). Pro-environmental behaviour of healthcare professionals: A study applying theory of planned behaviour. *International Journal of Business and Globalisation*, 28(3), 219–232.