https://e-journal.naureendigition.com/index.php/jam/index
Vol. 04, No. 05, 2026, Hal. 338–348
E-ISSN : 2964-7606

PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN PENGGUNAAN APLIKASI SHOPEE SHOPEE PAYLATER TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z

Ira Monika[1], Umban Adi Jaya[2], Rismawati[3]
halloiramonika@gmail.com
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sains Indonesia, Kota Bekasi

Abstrak Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan signifikan dalam pola konsumsi masyarakat, khususnya di kalangan generasi z yang sangat aktif dalam aktivitas belanja online. Fenomena ini semakin menguat dengan hadirnya layanan Buy Now Pay Later seperti shopee payLater, yang menawarkan kemudahan transaksi tetapi juga berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan penggunaan aplikasi shopee payLater terhadap perilaku konsumtif generasi z di Kabupaten Sukabumi. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Sampel penelitian sebanyak 100 responden ditentukan dengan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria usia 18–27 tahun, berdomisili di Kabupaten Sukabumi dan pernah menggunakan shopee payLater. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif, sedangkan penggunaan aplikasi shopee payLater berpengaruh positif. Secara simultan, kedua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian perilaku konsumen digital, serta implikasi praktis bagi generasi muda agar lebih bijak dalam mengelola keuangan dan menggunakan fasilitas kredit digital.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Penggunaan Aplikasi, Shopee Paylater, Perilaku Konsumtif, Generasi Z

Abstract *The rapid development of digital technology has significantly transformed consumer behavior, particularly among generation z, who are highly active in online shopping activities. This phenomenon has become more prominent with the emergence of Buy Now Pay Later services such as shopee payLater, which provide payment convenience but also potentially increase consumptive behavior. This study aims to analyze the effect of financial literacy and the use of the shopee payLater application on the consumptive behavior of generation z in Sukabumi Regency. The research method applied is quantitative, with data collected through questionnaires. The sample consisted of 100 respondents selected using purposive sampling based on criteria of being 18–27 years old, residing in Sukabumi and having used shopee payLater. The data were analyzed using multiple linear regression with SPSS. The results show that financial literacy negatively affects consumptive behavior, the use of the shopee paylater application has a positive effect. Simultaneously, both independent variables significantly influence consumptive behavior. This research contributes theoretically to the development of digital consumer behavior studies and provides practical implications for young generations to be wiser in managing their finances and using digital credit services.*

Keywords: Financial Literacy, Application Use, Shopee Paylater, Consumptive Behavior, Generation Z

Pendahuluan

Perilaku konsumtif (Y) merupakan salah satu fenomena penting dalam studi perilaku konsumen yang mencerminkan kecenderungan individu untuk melakukan pembelian tanpa perencanaan yang matang, lebih dipengaruhi oleh dorongan emosional daripada kebutuhan rasional. Dalam konteks era digital, perilaku konsumtif menjadi semakin menonjol seiring dengan meningkatnya akses terhadap teknologi dan kemudahan berbelanja secara daring. Berdasarkan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2025, tingkat penetrasi internet di Indonesia mencapai 80,66%, dengan jumlah pengguna aktif sebesar 229,4 juta jiwa. Dari total tersebut, kelompok Generasi Z (lahir 1997–2012) menyumbang 25,54% dan menjadi pengguna internet paling aktif. Generasi ini juga tercatat sebagai kelompok yang paling sering melakukan transaksi belanja daring, sehingga menjadi target utama bagi industri e-commerce di Indonesia (APJII, 2025). Fakta ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif telah menjadi bagian dari gaya hidup Gen Z, yang seringkali melakukan pembelian bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan karena pengaruh tren, promosi, dan tekanan sosial.

Salah satu faktor utama yang memengaruhi perilaku konsumtif adalah literasi keuangan (X1). Literasi keuangan merupakan kombinasi pengetahuan, sikap, dan perilaku individu dalam mengelola sumber daya keuangan secara efektif untuk mencapai kesejahteraan (OECD, 2022). Dimensi literasi keuangan mencakup pemahaman terhadap konsep dasar keuangan, kemampuan dalam menyusun anggaran, kebiasaan menabung, serta sikap bijak dalam penggunaan produk keuangan, termasuk layanan digital. Individu dengan tingkat literasi keuangan yang rendah cenderung kesulitan mengelola pengeluaran, tidak memahami risiko utang, dan lebih rentan terhadap perilaku konsumtif. Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2025, kelompok usia 15–17 tahun yang termasuk dalam Gen Z memiliki indeks literasi keuangan sebesar 51,68%, lebih rendah dari rata-rata nasional 66,46%. Sementara itu, kelompok usia 18–25 tahun memiliki indeks 73,26%, yang menunjukkan bahwa meskipun pemahaman finansial mereka cukup baik, masih terdapat tantangan signifikan dalam pengelolaan keuangan digital. Hal ini memperlihatkan bahwa rendahnya literasi keuangan dapat berimplikasi pada meningkatnya risiko perilaku konsumtif di kalangan generasi muda (Ojk, 2025).

Selain literasi keuangan, penggunaan aplikasi Shopee paylater (X2) juga dapat berkaitan dengan perilaku konsumtif. Shopee paylater merupakan layanan Buy Now Pay Later (BNPL) yang memungkinkan pengguna memperoleh barang terlebih dahulu dan melakukan pembayaran kemudian melalui cicilan Zein & Sartika, (2025). Kemudahan dan penundaan pembayaran tersebut dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap kemampuan membeli dan mendorong peningkatan pengeluaran Aritonang et al., (2026). Berdasarkan survei Katadata Insight Center, Shopee paylater menjadi layanan paylater paling populer di Indonesia dengan tingkat penggunaan sebesar 78,4%, disusul oleh gopaylater (33,8%), Kredivo (23,2%), dan Akulaku (20,4%) (Setyowati, 2022).

Beberapa penelitian terdahulu turut memperkuat fenomena ini. Ani et al., (2023) menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif, sedangkan Tsabjanati et al., (2025) menunjukkan bahwa literasi keuangan, gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, sementara penggunaan Shopee Paylater tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Sementara itu, Zuliyansah et al., (2024) menemukan bahwa penggunaan Shopee paylater berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Selanjutnya, Anggraini et al., (2025) dan Aritonang et al., (2026) juga menunjukkan bahwa penggunaan Shopee Paylater berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sementara itu, Tsabjanati et al., (2025) menunjukkan hasil yang berbeda, yaitu penggunaan Shopee paylater tidak berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif. Ketidakkonsistenan temuan ini menjadi celah penelitian (*research gap*) yang perlu ditelusuri lebih lanjut, terutama karena sebagian besar penelitian sebelumnya dilakukan di wilayah perkotaan besar atau pada mahasiswa universitas tertentu.

Kebaruan penelitian ini terletak pada lokasi, objek, dan konteks penelitian, yaitu Generasi Z di Kabupaten Sukabumi sebagai kawasan semi-perkotaan dengan karakteristik sosial ekonomi yang berbeda dari penelitian terdahulu. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh literasi keuangan dan penggunaan aplikasi Shopee PayLater terhadap perilaku konsumtif Generasi Z, baik secara parsial maupun simultan. Hipotesis yang diajukan adalah: (H1) literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif; (H2) penggunaan aplikasi Shopee PayLater berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif; dan (H3) literasi keuangan dan penggunaan aplikasi Shopee PayLater secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z.

Metode

Lokasi, Populasi, dan Sampel Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Sukabumi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Generasi Z yang menggunakan Shopee PayLater di Kabupaten Sukabumi. Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Lemeshow dengan tingkat kepercayaan 95% (Z = 1,96), proporsi keberhasilan 50% (p = 0,5), dan batas kesalahan sebesar 10% (d = 0,1), sehingga diperoleh jumlah sampel sebesar 96,04 responden yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan kriteria responden merupakan Generasi Z berusia 18–27 tahun, berdomisili di Kabupaten Sukabumi, serta pernah melakukan transaksi menggunakan Shopee PayLater minimal satu kali.

Alat Analisis Penelitian

Instrumen penelitian berupa kuesioner tertutup yang disusun berdasarkan definisi operasional variabel dan indikator pada setiap dimensi penelitian. Pengukuran setiap pernyataan menggunakan skala Likert 1-5, yaitu Sangat Tidak Setuju (1), Tidak Setuju (2), Netral (3), Setuju (4), dan Sangat Setuju (5). Variabel literasi keuangan (X1) diukur melalui dimensi pengetahuan keuangan, sikap keuangan, perilaku keuangan, dan literasi keuangan digital berdasarkan OECD (2022), sedangkan Penggunaan Aplikasi Shopee PayLater (X2) diukur melalui lima dimensi, yaitu frekuensi penggunaan, durasi, intensitas, kemudahan pengoperasian, dan kepuasan (Amiiroh, 2023). Sementara itu, variabel perilaku konsumtif (Y) diukur melalui dimensi dorongan internal, pengaruh emosional, pengaruh situasional, dan konsumsi hedonis berdasarkan (Solomon, 2020).

Metode Analisis Data

Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial dan simultan. Sebelum pengujian regresi, dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan kelayakan instrumen serta uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas (Ghazali, 2021; Sugiyono, 2023). Uji hipotesis meliputi uji t untuk pengaruh parsial dan uji F untuk pengaruh simultan, sedangkan koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

Hasil dan Pembahasan

Karakteristik Responden

Dari 100 responden, mayoritas adalah perempuan sebanyak 64 orang dan laki-laki 36 orang. Berdasarkan usia, mayoritas berada pada kelompok 22–25 tahun sebesar 77%, diikuti 18–21 tahun sebesar 14%, dan 26–27 tahun sebesar 9%. Berdasarkan pekerjaan, responden didominasi pelajar/mahasiswa sebesar 40%, pegawai negeri/swasta 23%, wirausaha 17%, kategori lainnya 15%, dan ibu rumah tangga 5%. Karakteristik tersebut menunjukkan mayoritas pengguna dalam penelitian ini merupakan Generasi Z berusia 22–25 tahun yang sebagian besar berstatus pelajar/mahasiswa.

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan terhadap 100 responden menggunakan SPSS Statistics versi 25, dengan item dinyatakan valid apabila r hitung lebih besar dari r tabel 0,195 pada signifikansi 5%. Seluruh 12 item literasi keuangan memiliki r hitung 0,514–0,660; seluruh 15 item penggunaan aplikasi Shopee PayLater memiliki r hitung 0,375–0,696; dan seluruh 12 item perilaku konsumtif memiliki r hitung 0,526–0,690. Dengan demikian seluruh item pada ketiga variabel dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kosintensi instrumen penelitian dalam mengukur variabelyang ditellitu. Pengujian reliability dilakukan dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha, yang dimana suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60,yang menujukkan bahwa instrumen tersebur memiliki tingkat keandalan yang memadai untuk digunakan dalam penelitian.

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Batas Kritis	Keterangan
Literasi Keuangan	0,820	0,60	Reliabel
Penggunaan Aplikasi Shopee Paylater	0,827	0,60	Reliabel
Perilaku Konsumtif	0,847	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2026

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			114
Normal Parameters[a,b]	Mean		.0000000
	Std. Deviation		4.23919669
Most Extreme Differences	Absolute		.076
	Positive		.033
	Negative		-.076
Test Statistic			.076
Asymp. Sig. (2-tailed)[c]			.120
Monte Carlo Sig. (2-tailed)[d]	Sig.		.110
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.102
		Upper Bound	.118

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Gambar 1. Hasil Uji Normalitas
Sumber: data primer diolah, 2026

Uji normalitas dengan metode Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi 0,120 lebih besar dari 0,05, dan hasil Monte Carlo Sig sebesar 0,110 juga berada di atas 0,05, sehingga residual model regresi dinyatakan berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

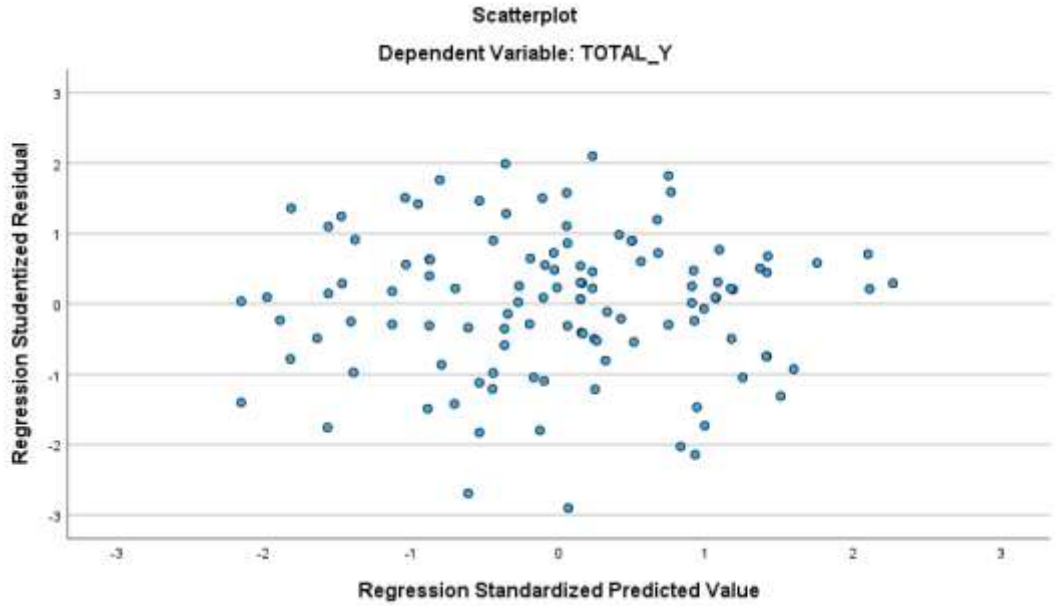
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	42.050	11.901		3.533	.001		
	TOTAL_X1	-.352	.128	-.329	-2.748	.007	.312	3.206
	TOTAL_X2	.376	.109	.414	3.463	.001	.312	3.206

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Gambar 2. Hasil Uji Multikolinearitas
Sumber: data primer diolah, 2026

Uji multikolinearitas menunjukkan seluruh variabel independen memiliki nilai Tolerance 0,312 (lebih besar dari 0,10) dan VIF 3,206 (lebih kecil dari 10), sehingga model dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas antar variabel.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3. Scatterplot
Sumber: data primer diolah, 2026

Uji heteroskedastisitas melalui Scatterplot menunjukkan bahwa data tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Hal ini menunjukkan titik-titik residual tersebar di atas dan di bawah garis nol tanpa membentuk pola tertentu.

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	5.362	7.300		.735	.464
	TOTAL_X1	-.001	.078	-.002	-.011	.992
	TOTAL_X2	-.034	.067	-.087	-.516	.607

a. Dependent Variable: ABS_RES

Gambar 4. Hasil Uji Glejser
Sumber: data primer diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji Glejser, diketahui bahwa nilai signifikansi untuk variabel Literasi Keuangan (X1) sebesar 0.992 dan untuk variabel Penggunaan Aplikasi Shopee Paylater (X2) sebesar 0.607. Kedua nilai tersebut lebih besar dari batas signifikansi 0.05, sehingga tidak terdapat bukti heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics Tolerance	Collinearity Statistics VIF
1	(Constant)	42.050	11.901		3.533	.001		
	TOTAL_X1	-.352	.128	-.329	-2.748	.007	.312	3.206
	TOTAL_X2	.376	.109	.414	3.463	.001	.312	3.206

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Gambar 5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
Sumber: data primer diolah, 2026

Berdasarkan hasil analisis linear berganda, persamaan regresi linear berganda yang terbentuk adalah Y = 42,050 − 0,352 X_1 + 0,376 X_2. Nilai konstanta sebesar 42.050 berarti apabila skor literasi keuangan dan penggunaan aplikasi Shopee PayLater berada pada nilai nol secara matematis, nilai prediksi Perilaku Konsumtif adalah 42.050. Nilai koefisien regresi variabel literasi keuangan (X_1) sebesar sebesar -0.352 menunjukkan hubungan negatif, artinya dengan asumsi penggunaan aplikasi Shopee PayLater tetap, setiap kenaikan satu satuan skor literasi keuangan diprediksi menurunkan skor Perilaku Konsumtif sebesar 0.352 satuan. Sebaliknya, koefisien penggunaan aplikasi Shopee PayLater sebesar 0.376 menunjukkan hubungan positif, artinya setiap kenaikan satu satuan skor pada variabel tersebut diprediksi meningkatkan perilaku konsumtif sebesar 0.376 satuan dengan Literasi Keuangan dianggap konstan.

Uji T

Tabel 2. Hasil Uji T

Variabel	T hitung	T tabel	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	-2.748	1,985	Berpengaruh negative
Penggunaan Aplikasi Shopee Paylater (X2)	3.463	1,985	Berpengaruh positif

Sumber: data primer diolah, 2026

Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2072.739	2	1036.370	56.649	.000[b]
	Residual	2030.699	111	18.295		
	Total	4103.439	113			

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1

Gambar 6. Hasil Uji F
Sumber: data primer diolah, 2026

Koefisien Determinasi (R2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.711[a]	.505	.496	4.277

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1

b. Dependent Variable: TOTAL_Y

Gambar 7. Hasil Koefisien Determinasi
Sumber: data primer diolah, 2026

Nilai signifikansi dari Adjusted R Square adalah 0,496 yang menunjukkan bahwa Literasi Keuangan (X1) dan Penggunaan Aplikasi Shopee Paylater (X2) mampu menjelaskan variasi Perilaku Konsumtif (Y) sebesar 49,6%. Sementara itu, 50,4% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Besaran tersebut mengindikasikan bahwa model penelitian ini telah menjelaskan hampir separuh variasi perilaku konsumtif, namun masih terbuka ruang bagi pengembangan model dengan variabel tambahan.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z

Hasil uji t menunjukkan literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan koefisien B sebesar −0,352, beta terstandar −0,329, t hitung −2,748, dan signifikansi 0,007. Arah negatif ini menunjukkan peningkatan kemampuan responden dalam memahami dan mengelola keuangan diikuti penurunan kecenderungan perilaku konsumtif ketika faktor penggunaan aplikasi Shopee PayLater dikendalikan, sehingga H1 diterima. Temuan ini konsisten dengan Ani et al. (2023) yang menemukan pengaruh negatif literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif, serta Zein dan Sartika, (2025) yang menekankan rendahnya literasi keuangan meningkatkan kecenderungan pembelian tanpa perencanaan melalui layanan keuangan digital. Secara praktis, hasil ini memperkuat argumentasi bahwa literasi keuangan berfungsi sebagai faktor protektif terhadap perilaku konsumtif, sehingga penguatan edukasi keuangan bagi Generasi Z menjadi konsekuensi penerapan yang penting.

Pengaruh Penggunaan Aplikasi Shopee PayLater terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z

Penggunaan aplikasi Shopee PayLater berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan koefisien B sebesar 0,376, beta terstandar 0,414, t hitung 3,463, dan signifikansi kurang dari 0,001, sehingga H2 diterima. Arah positif menunjukkan semakin tinggi penggunaan Shopee PayLater, semakin tinggi pula perilaku konsumtif Generasi Z setelah literasi

keuangan dikendalikan. Hasil ini sejalan dengan Anggraini et al. (2025), Aritonang et al. (2026), serta Zuliyansah et al. (2024) yang menemukan pengaruh positif penggunaan Shopee PayLater terhadap perilaku konsumtif. Kemudahan pembayaran melalui sistem tertunda atau cicilan memberikan fleksibilitas yang mendorong pembelian, sebagaimana dijelaskan Zein dan Sartika (2025). Meskipun demikian, Tsabjanati et al. (2025) menemukan hasil berbeda, yaitu penggunaan Shopee PayLater tidak berpengaruh secara parsial. Perbedaan tersebut menunjukkan adanya variasi temuan penelitian, sementara dalam penelitian ini penggunaan Shopee PayLater terbukti berpengaruh positif dan signifikan. Implikasi praktisnya adalah penyedia layanan perlu menyediakan fitur pengendalian penggunaan paylater, seperti pengingat jatuh tempo dan ringkasan kewajiban pembayaran, agar fleksibilitas transaksi tidak berujung pada pengeluaran berlebihan.

Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan Aplikasi Shopee PayLater secara Simultan terhadap Perilaku Konsumtif

Uji F menghasilkan nilai F hitung sebesar 56,649 dengan signifikansi kurang dari 0,001, sehingga model regresi secara keseluruhan signifikan dan H3 diterima. Literasi keuangan dan penggunaan aplikasi Shopee PayLater secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Generasi Z. Hal ini menunjukkan kombinasi literasi keuangan yang memadai dan tingkat penggunaan layanan paylater yang terkendali berperan bersama-sama dalam membentuk pola konsumsi yang lebih rasional, sejalan dengan Restike et al. (2024) yang menekankan bahwa individu dengan literasi keuangan rendah lebih rentan menggunakan layanan kredit digital tanpa memahami risiko bunga dan keterlambatan pembayaran.

Kesimpulan

Penelitian ini menganalisis pengaruh literasi keuangan dan penggunaan aplikasi Shopee PayLater terhadap perilaku konsumtif Generasi Z. Hasil penelitian menunjukkan literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, sehingga semakin baik literasi keuangan responden, semakin rendah kecenderungan perilaku konsumtifnya. Sebaliknya, penggunaan aplikasi Shopee PayLater berpengaruh positif dan signifikan, yang berarti semakin tinggi tingkat penggunaannya, semakin meningkat kecenderungan perilaku konsumtif. Kedua variabel secara simultan juga berpengaruh signifikan dengan kemampuan menjelaskan 49,6% variasi perilaku konsumtif. Instrumen penelitian telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas, dan model regresi memenuhi asumsi normalitas, bebas multikolinearitas, serta bebas heteroskedastisitas.

Keterbatasan penelitian ini antara lain hanya berfokus pada Generasi Z sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan pada kelompok usia atau karakteristik konsumen lain, penggunaan kuesioner yang bergantung pada persepsi dan kejujuran responden, serta cakupan variabel yang terbatas pada dua variabel independen padahal masih terdapat variabel lain yang berpotensi memengaruhi perilaku konsumtif seperti gaya hidup, kontrol diri, pendapatan, pengaruh sosial, promosi, dan lingkungan pergaulan. Bagi Generasi Z, disarankan meningkatkan literasi keuangan agar lebih bijak mempertimbangkan kebutuhan, kemampuan finansial, dan risiko sebelum menggunakan Shopee PayLater. Bagi penyedia layanan, disarankan meningkatkan edukasi dan transparansi mengenai biaya, kewajiban pembayaran, serta risiko penggunaan layanan. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan menambahkan variabel lain seperti kontrol diri, gaya hidup, pendapatan, dan pengaruh sosial serta memperluas jumlah dan karakteristik responden.

Daftar Referensi

Amiiroh, L. N. (2023). Pengaruh penggunaan Shopee PayLater dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya.

Anggraini, L., Yogivaria, D. W., & Indiraswari, S. D. (2025). Pengaruh penggunaan Shopee Paylater dan tingkat literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa: Analisis perspektif ekonomi Islam dengan penerapan akad ijarah. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi (JRMA), 13*(2), 148–154.

Ani, H. N., Belinda, P., Mahmudah, A., & Indira, I. (2023). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif dan locus of control pada penggunaan Shopee PayLater. *Journal of Trends Economics and Accounting Research, 4*(2), 509-516. https://doi.org/10.47065/jtear.v4i2.1082

Aritonang, P. D., & Nuryana, I. (2026). Peran Literasi Keuangan dalam Memoderasi Pengaruh Penggunaan Shopee PayLater dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Pendidikan Akuntansi Universitas Negeri Semarang 2022). *KOMPAK (Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi)*, 19(1), 278–292.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2025). *Survei penetrasi internet, penggunaan, dan perilaku internet*. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Leonita, D., & Wulandari, S. (2024). Pengaruh fitur Shopee PayLater, literasi keuangan, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif berbelanja online di Shopee: Studi kasus pada mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Program Studi Manajemen Angkatan 2020. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan, 13*(2), 554-566. https://doi.org/10.22437/jmk.v13i02.33657

Lestari, S., Handayani, N. U., & Mahacandra, M. (2021). The influence of using ShopeePay and Shopee PayLater features on Shopee user purchasing decisions during the COVID-19 pandemic. *J@ti Undip: Jurnal Teknik Industri, 16*(4), 242-248. https://doi.org/10.14710/jati.16.4.242-248

Organisation for Economic Co-operation and Development. (2022). *OECD/INFE toolkit for measuring financial literacy and financial inclusion 2022*. Paris: OECD Publishing.

Otoritas Jasa Keuangan. (2025). *OJK dan BPS umumkan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) Tahun 2025*. Jakarta, Indonesia: Otoritas Jasa Keuangan. Diakses dari https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/OJK-dan-BPS-Umumkan-Hasil-Survei-Nasional-Literasi-Dan-Inklusi-Keuangan-SNLIK-Tahun-2025.aspx

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

Pratnyawati, G. D. T., & Mardiana. (2023). Pengaruh Shopee PayLater dan literasi keuangan terhadap pembelian impulsif pada mahasiswa UIN Malang Jurusan Manajemen 2018-2020. *Jurnal Ekbis, 24*(1), 72-83. jurnalekonomi.unisla.ac.id

Restike, K. P., Presasti, D., Fitriani, D. I., & Ciptani, M. K. (2024). Pengaruh literasi keuangan, perilaku pembelian impulsif, dan gaya hidup terhadap penggunaan Shopee PayLater Gen Z. *Jurnal Akuntansi Bisnis, 22*(1), 100-113. https://doi.org/10.24167/jab.v22i1.11609

Rizqullah, N. A., Rahayu, T. S. M., Haryanto, T., & Purnadi, P. (2025). Analysis of trust, convenience, financial literacy, and risk perception on Shopee PayLater purchasing decisions. *International Journal of Business and Applied Economics, 4*(1), 319-338. https://doi.org/10.55927/ijbae.v4i1.13446

Setyowati, D. (2022, Januari 13). *Survei KIC: Gen Z dan milenial pakai PayLater untuk belanja busana*. Katadata. Diakses dari https://katadata.co.id/digital/fintech/61e0ecf4b1b96/survei-kic-gen-z-dan-milenial-pakai-paylater-untuk-belanja-busana

Solomon, M. R. (2020). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (13th ed.). Harlow, England: Pearson Education Limited.

Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tsabjanati, S., & Safitri, T. A. (2025). Pengaruh literasi keuangan, Shopee PayLater, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif masyarakat usia produktif. *Jurnal Mirai Management, 10*(2), 444-455.

Widhiari, L. K. P., Laksmana, I. N. H., & Rinaldi, E. (2025). Pengaruh literasi keuangan dan digital payment terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kecamatan Kuta Selatan. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, 4*(4), 6500-6516. https://doi.org/10.56799/ekoma.v4i4.8764

Serenade, V., Gusniar, B., & Rahmasari, Y. (2024). Trend analysis: Consumer behavior towards the decision to use Shopee Paylater. *UPI YPTK Journal of Business and Economics (JBE), 9*(2), 14-20. doi:10.35134/jbe.v9i2.260

Zein, A. Z., & Sartika, F. (2025). Financial literacy, consumptive behavior, and lifestyle on the use of Shopee PayLater with the moderating role of financial behavior. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics, 8*(2), 5910-5927.

Zuliyansah, Yuspira, P., & Pane, S. G. (2024). Pengaruh penggunaan Shopee PayLater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Multidisiplin Teknologi dan Arsitektur, 2*(1), 31-43.