

ANALISIS SIKAP KEUANGAN, GAYA HIDUP KONSUMTIF, *FINANCIAL SELF CONTROL* TERHADAP NIAT MENGGUNAKAN *PAYLATER* PADA GENERASI Z PENGGUNA *E-COMMERCE*

Hilyah Salsabila ^{a*)}, Budi Setiawan ^{a)}, Endah Dewi Purnamasari ^{a)}

^{a)} Universitas Indo Global Mandiri, Palembang, Indonesia

^{*)} e-mail Korespondensi: hilyasalsabila613@gmail.com

Article history: received 06 Juni 2026; revised 20 Juni 2026; accepted 06 Agustus 2026

DOI : <https://doi.org/10.33751/jmp.v14i02.217>

Abstrak. *This study aims to analyze the influence of financial attitude (X_1), consumptive lifestyle (X_2), and financial self-control (X_3) on the intention to use paylater (Y) among Generation Z e-commerce users. This research adopts a quantitative approach using a survey method through the distribution of questionnaires to Generation Z respondents who actively use e-commerce platforms and paylater services. The sampling technique employed was purposive sampling. Data were analyzed using the Structural Equation Modeling Partial Least Squares (SEM-PLS) approach, which includes outer model testing, inner model testing, and hypothesis testing through path coefficients. The results indicate that financial attitude has a significant effect on the intention to use paylater, consumptive lifestyle has a significant effect on the intention to use paylater, and financial self-control has a significant effect on the intention to use paylater among Generation Z e-commerce users. These findings suggest that psychological-financial factors and consumption behavior play a crucial role in shaping the intention to use digital financial services, particularly paylater. Practically, the findings are expected to serve as a foundation for paylater service providers, e-commerce platforms, regulators, and educational institutions in formulating policies, digital financial literacy strategies, and sustainable financial management education for Generation Z, so that the use of paylater services can be carried out in a more prudent, healthy, and responsible manner.*

Keywords: *Financial attitude, consumptive lifestyle, financial self-control, intention to use paylater, Generation Z, e-commerce.*

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam sektor keuangan, khususnya melalui hadirnya berbagai inovasi financial technology (fintech). Salah satu layanan fintech yang berkembang pesat adalah Buy Now Pay Later (BNPL) atau paylater, yaitu sistem pembayaran yang memungkinkan konsumen melakukan pembelian terlebih dahulu dan membayarnya di kemudian hari dalam jangka waktu tertentu. Layanan ini semakin populer karena memberikan kemudahan, fleksibilitas, serta proses transaksi yang cepat dalam aktivitas belanja online. Di Indonesia, fitur paylater telah terintegrasi pada berbagai platform e-commerce sehingga memudahkan konsumen dalam melakukan transaksi tanpa harus melakukan pembayaran secara langsung pada saat pembelian.

Meningkatnya penggunaan layanan paylater juga didorong oleh tingginya aktivitas belanja online, terutama di kalangan generasi Z yang dikenal sebagai generasi yang tumbuh bersama perkembangan teknologi digital. Generasi ini memiliki tingkat adaptasi yang tinggi terhadap layanan berbasis teknologi dan cenderung memanfaatkan berbagai inovasi digital dalam kehidupan sehari-hari. Kemudahan akses, promosi yang menarik, serta proses transaksi yang praktis membuat layanan paylater semakin diminati oleh generasi Z. Namun demikian, kemudahan tersebut juga dapat memicu perilaku konsumtif serta meningkatkan risiko pengelolaan keuangan yang kurang bijak apabila tidak diimbangi dengan kontrol finansial yang baik.

Dalam memahami perilaku penggunaan layanan paylater, niat menggunakan (intention to use) menjadi faktor penting yang dapat menjelaskan kecenderungan individu dalam memanfaatkan layanan tersebut. Niat seseorang dalam menggunakan suatu layanan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor teknologi, tetapi juga oleh faktor psikologis dan perilaku keuangan individu. Beberapa faktor yang diduga memengaruhi niat menggunakan paylater antara lain sikap keuangan, gaya hidup konsumtif, dan financial self control. Sikap keuangan berkaitan dengan bagaimana individu memandang dan mengelola keuangan pribadinya, gaya hidup konsumtif berkaitan dengan kecenderungan individu dalam melakukan konsumsi secara berlebihan, sedangkan financial self control mencerminkan kemampuan individu dalam mengendalikan perilaku keuangan agar tetap sesuai dengan kondisi finansial yang dimiliki.

Meskipun berbagai penelitian sebelumnya telah membahas penggunaan layanan paylater, sebagian besar penelitian lebih menekankan pada faktor teknologi seperti kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat. Penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh sikap keuangan, gaya hidup konsumtif, dan financial self control terhadap niat menggunakan paylater pada generasi Z pengguna e-commerce masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap niat menggunakan paylater pada generasi Z. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan literatur perilaku keuangan serta memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan layanan paylater di kalangan generasi muda.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada Generasi Z yang menggunakan layanan e-commerce serta memiliki pengalaman atau potensi menggunakan layanan paylater. Penelitian bertujuan untuk menganalisis pengaruh sikap keuangan, gaya hidup konsumtif, dan financial self-control terhadap niat menggunakan paylater. Penelitian dilaksanakan di Kota Palembang, Sumatera Selatan selama empat bulan, yaitu September hingga Desember 2025.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data berupa angka yang dianalisis menggunakan teknik statistik untuk menggambarkan hubungan antar variabel penelitian secara objektif. Sumber data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner. Kuesioner digunakan sebagai instrumen pengumpulan data karena mampu memperoleh informasi secara sistematis dan terstruktur mengenai variabel penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z (lahir tahun 1997–2012) yang berdomisili di Kota Palembang dan aktif menggunakan e-commerce. Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, maka penelitian ini menggunakan infinite population. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Lemeshow sehingga diperoleh jumlah minimal 100 responden.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan dan penyebaran kuesioner. Studi kepustakaan dilakukan dengan mengkaji buku, jurnal ilmiah, dan sumber daring yang relevan dengan topik penelitian. Sementara itu, kuesioner disebarluaskan secara daring menggunakan Google Forms kepada responden Generasi Z pengguna e-commerce di Kota Palembang. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert lima tingkat, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju, untuk mengukur sikap dan persepsi responden terhadap variabel penelitian.

Teknik analisis data menggunakan Structural Equation Modeling – Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan bantuan aplikasi SmartPLS 4. Analisis dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu pengujian outer model dan inner model. Pengujian outer model digunakan untuk menilai validitas dan reliabilitas konstruk melalui convergent validity, discriminant validity, Cronbach's alpha, dan composite reliability. Sementara itu, pengujian inner model dilakukan untuk menganalisis hubungan antar variabel melalui nilai R-square, effect size (f-square), predictive relevance (Q-square), serta pengujian hipotesis menggunakan path coefficient dengan prosedur bootstrapping. Hipotesis dinyatakan signifikan apabila nilai t-statistic > 1,96 dan p-value < 0,05.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh sikap keuangan, gaya hidup konsumtif, dan financial self-control terhadap niat menggunakan paylater pada Generasi Z pengguna e-commerce di Kota Palembang. Data penelitian dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan Google Forms kepada responden

yang memenuhi kriteria penelitian. Selama periode pengumpulan data, diperoleh sebanyak 135 responden yang memberikan tanggapan secara lengkap dan memenuhi syarat untuk dianalisis lebih lanjut.

Generasi Z dipilih sebagai fokus penelitian karena merupakan kelompok pengguna dominan layanan paylater di Indonesia serta memiliki karakteristik perilaku konsumsi yang khas dalam konteks ekonomi digital (Restike et al., 2024). Berdasarkan data dari Databoks Katadata (2023), Generasi Z menempati posisi tertinggi dalam penggunaan layanan paylater di Indonesia. Kelompok ini memiliki kecenderungan perilaku konsumsi yang mengutamakan kenyamanan, kecepatan, dan fleksibilitas dalam melakukan transaksi secara daring, sehingga menjadi kelompok yang relevan untuk dikaji dalam penelitian mengenai niat penggunaan layanan paylater.

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin merupakan aspek demografis pertama yang dianalisis dalam penelitian ini. Pemahaman terhadap komposisi gender responden penting untuk mengidentifikasi pola perilaku penggunaan *paylater* yang mungkin berbeda antara laki-laki dan perempuan. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin ditampilkan pada tabel 4.1 berikut:

Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase	Persentase Valid	Persentase Kumulatif
Laki laki	63	47.0	47.0	47.0
Perempuan	72	53.0	53.0	53.0
	135	100.0	100.0	

Berdasarkan Tabel 4.1, diketahui bahwa dari total 135 responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini, sebanyak 72 responden (53,3%) berjenis kelamin perempuan, sedangkan 63 responden (46,7%) berjenis kelamin laki-laki. Distribusi tersebut menunjukkan bahwa penggunaan layanan paylater di kalangan Generasi Z pengguna e-commerce di Kota Palembang relatif merata antara laki-laki dan perempuan, meskipun terdapat sedikit dominasi responden perempuan.

Komposisi gender yang relatif seimbang ini sejalan dengan temuan Prasetyani et al. (2024), yang menyatakan bahwa penggunaan layanan paylater di kalangan Generasi Z tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan berdasarkan jenis kelamin. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa kemudahan akses serta adopsi teknologi finansial telah merata di kalangan laki-laki maupun perempuan, khususnya dalam konteks transaksi e-commerce (Susanto et al., 2024).

Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan responden menjadi indikator penting yang dapat mempengaruhi pemahaman dan perilaku keuangan seseorang. Variasi latar belakang pendidikan memberikan gambaran tentang tingkat literasi dan kemampuan pengambilan keputusan finansial responden. Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan ditampilkan pada tabel 2 berikut:

Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase	Persentase Valid	Persentase Kumulatif
SMA/Seideirajat	55	41.0	41.0	41.0
Diploma (D1-D3)	12	9.0	50.0	50.0
Sarjana (S1)	68	50.0	9.0	9.0
	135	100.0	100.0	100.0

Berdasarkan Tabel 2, diketahui bahwa distribusi responden berdasarkan tingkat pendidikan menunjukkan variasi yang cukup beragam. Dari total 135 responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini, mayoritas responden memiliki latar belakang pendidikan Sarjana (S1), yaitu sebanyak 68 orang atau sebesar 50,0% dari keseluruhan responden. Hasil tersebut menunjukkan bahwa setengah dari responden penelitian telah menempuh pendidikan pada jenjang sarjana.

Secara keseluruhan, komposisi tingkat pendidikan responden menunjukkan bahwa sebagian besar responden (59,0%) memiliki latar belakang pendidikan tinggi, yang terdiri atas lulusan Diploma dan Sarjana. Tingkat pendidikan

yang lebih tinggi diketahui memiliki hubungan yang erat dengan peningkatan literasi keuangan dan sikap keuangan yang lebih baik, sehingga dapat memperkuat perilaku pengelolaan keuangan seseorang (Castañeda et al., 2022). Kondisi ini memberikan gambaran bahwa responden dalam penelitian ini memiliki tingkat pemahaman dan pengetahuan yang memadai untuk memberikan jawaban yang relevan terhadap instrumen penelitian yang digunakan.

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Status pekerjaan responden menceirminkan kondisi ekonomi dan pola penghasilan yang dimiliki, yang selanjutnya dapat mempengaruhi perilaku konsumsi dan penggunaan layanan *paylaeir*. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan ditampilkan pada tabel 4.3 berikut:

Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase	Persentase Valid	Persentase Kumulatif
Swasta	26	19.0	19.0	19.0
Wiraswasta	20	15.0	15.0	15.0
PNS	18	13.0	13.0	13.0
Mahasiswa	71	53.0	53.0	53.0
	135	100.0	100.0	100.0

Sumber: hasil kuisioner penelitian (2026)

Berdasarkan Tabel 3, diketahui bahwa distribusi responden berdasarkan jenis pekerjaan menunjukkan variasi yang mencerminkan karakteristik Generasi Z di Kota Palembang. Dari total 135 responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini, mayoritas responden berstatus sebagai mahasiswa, yaitu sebanyak 71 orang atau sebesar 53,0% dari keseluruhan responden. Dominasi mahasiswa sebagai responden sejalan dengan karakteristik Generasi Z yang sebagian besar masih menempuh pendidikan tinggi dan aktif menggunakan platform e-commerce (Restike et al., 2024).

Komposisi pekerjaan responden memberikan gambaran yang representatif mengenai profil ekonomi Generasi Z, di mana sebagian besar masih berstatus sebagai mahasiswa (53,0%), sedangkan sisanya (47,0%) telah memasuki dunia kerja di berbagai sektor. Menurut Angelista et al. (2024), status pekerjaan berpengaruh terhadap pola pengelolaan keuangan dan penggunaan layanan keuangan digital, seperti *paylater*, karena berkaitan dengan stabilitas pendapatan serta kebutuhan finansial setiap individu.

Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

Tingkat penghasilan merupakan salah satu faktor yang memengaruhi kemampuan finansial serta perilaku konsumsi seseorang. Besarnya penghasilan atau uang saku yang dimiliki dapat memengaruhi pola pengelolaan keuangan, tingkat konsumsi, serta keputusan dalam memanfaatkan layanan keuangan digital, seperti *paylater*. Oleh karena itu, karakteristik responden berdasarkan tingkat penghasilan atau uang saku bulanan menjadi penting untuk dianalisis. Adapun distribusi responden berdasarkan tingkat penghasilan atau uang saku bulanan disajikan pada Tabel 4 berikut.

Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

Penghasilan	Frekuensi	Persentase	Persentase Valid	Persentase Kumulatif
0-1.000.000	53	39.0	39.0	39.0
1.000.000-3.000.000	33	24.0	24.0	24.0
3.000.000-5.000.000	27	20.0	20.0	20.0
>5.000.000	22	17.0	17.0	17.0
	135	100.0	100.0	100.0

Berdasarkan Tabel 4.4, diketahui bahwa distribusi responden berdasarkan tingkat pendapatan atau uang saku bulanan menunjukkan variasi yang cukup beragam. Dari total 135 responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini, mayoritas responden memiliki pendapatan atau uang saku bulanan pada rentang Rp0–Rp1.000.000, yaitu sebanyak

53 orang atau sebesar 39,0% dari keseluruhan responden. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa sebagian besar Responden memiliki tingkat pendapatan yang relatif rendah.

Secara keseluruhan, komposisi pendapatan responden menunjukkan bahwa sebagian besar responden (63,0%) memiliki pendapatan atau uang saku bulanan di bawah Rp3.000.000. Kondisi ini mencerminkan karakteristik ekonomi Generasi Z yang umumnya masih bergantung pada uang saku dari orang tua atau baru memasuki dunia kerja sehingga memiliki tingkat pendapatan yang relatif terbatas. Menurut Castañeda et al. (2022), tingkat pendapatan yang lebih tinggi memiliki hubungan yang erat dengan peningkatan literasi keuangan dan sikap keuangan yang lebih baik, yang pada akhirnya memengaruhi perilaku pengelolaan keuangan individu.

Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini melibatkan 135 responden Generasi Z pengguna e-commerce di Kota Palembang. Instrumen penelitian berupa kuesioner digunakan untuk mengukur empat variabel utama, yaitu Sikap Keuangan (X_1), Gaya Hidup Konsumtif (X_2), Financial Self Control (X_3), dan Niat Menggunakan Paylater (Y). Seluruh indikator yang digunakan telah memenuhi uji validitas dan reliabilitas sehingga layak digunakan sebagai alat pengumpulan data. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan metode Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) untuk menguji hipotesis penelitian dan mengetahui hubungan antarvariabel.

Hasil analisis menunjukkan bahwa dari tiga variabel independen yang diuji, dua variabel memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan paylater, yaitu Sikap Keuangan (X_1) dan Gaya Hidup Konsumtif (X_2). Sebaliknya, Financial Self Control (X_3) tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap niat menggunakan paylater. Secara rinci, Sikap Keuangan memiliki nilai koefisien (original sample) sebesar 0,229 dengan nilai t-statistic sebesar 1,898 dan p-value sebesar 0,029 sehingga hipotesis pertama (H_1) diterima. Gaya Hidup Konsumtif memiliki koefisien sebesar 0,608, t-statistic sebesar 9,390, dan p-value sebesar 0,000 sehingga hipotesis kedua (H_2) diterima. Sementara itu, Financial Self Control memiliki koefisien sebesar -0,062, t-statistic sebesar 0,486, dan p-value sebesar 0,313 sehingga hipotesis ketiga (H_3) ditolak karena tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan paylater.

Pengaruh Sikap Keuangan terhadap Niat Menggunakan Paylater

Hasil analisis SEM-PLS menunjukkan bahwa Sikap Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan paylater. Nilai p-value sebesar 0,029 ($< 0,05$) menunjukkan bahwa hubungan antarvariabel signifikan secara statistik, sedangkan koefisien sebesar 0,229 menunjukkan arah hubungan yang positif. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik sikap keuangan seseorang, semakin tinggi pula niatnya dalam menggunakan paylater.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa individu yang memiliki sikap keuangan yang positif cenderung memandang paylater sebagai salah satu instrumen keuangan yang dapat dimanfaatkan secara rasional untuk membantu pengelolaan arus kas, bukan semata-mata sebagai sarana memenuhi keinginan konsumtif. Sikap keuangan yang baik mencerminkan kemampuan individu dalam mempertimbangkan manfaat, risiko, serta konsekuensi dari setiap keputusan finansial yang diambil (Parrotta, 1996). Dalam konteks ini, Generasi Z menggunakan paylater sebagai alternatif pembayaran yang fleksibel selama masih sesuai dengan kemampuan pembayaran mereka di masa mendatang.

Meskipun berpengaruh signifikan, besarnya pengaruh sikap keuangan terhadap niat menggunakan paylater tergolong sedang. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan menggunakan paylater tidak hanya dipengaruhi oleh sikap keuangan, tetapi juga oleh faktor lain, seperti gaya hidup, lingkungan sosial, maupun karakteristik teknologi finansial itu sendiri.

Temuan penelitian ini sejalan dengan Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (1991) dalam Bellová (2021), yang menyatakan bahwa sikap terhadap suatu perilaku merupakan salah satu determinan utama terbentuknya niat berperilaku. Dalam penelitian ini, sikap keuangan merepresentasikan evaluasi individu terhadap pengelolaan keuangan dan penggunaan instrumen keuangan digital sehingga memengaruhi niat menggunakan paylater.

Selain itu, hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Safitri dan Susyani (2025) yang membuktikan bahwa sikap keuangan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan paylater pada Generasi Z. Penelitian Y. F. Suyono dan Kusuma (2024) juga menunjukkan bahwa individu dengan sikap keuangan yang baik cenderung lebih bertanggung jawab dalam mengelola keuangan sekaligus lebih terbuka terhadap pemanfaatan layanan keuangan digital. Oleh karena itu, sikap keuangan yang positif dapat menjadi dasar dalam mendorong penggunaan paylater secara lebih bijaksana dan bertanggung jawab.

Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif terhadap Niat Menggunakan Paylater

Hasil analisis menunjukkan bahwa Gaya Hidup Konsumtif berpengaruh positif dan sangat signifikan terhadap niat menggunakan paylater. Variabel ini memiliki koefisien pengaruh terbesar, yaitu sebesar 0,608, dengan t-statistic sebesar 9,390 dan p-value sebesar 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi gaya hidup konsumtif seseorang, semakin besar pula niatnya untuk menggunakan layanan paylater.

Temuan ini menunjukkan bahwa gaya hidup konsumtif merupakan faktor yang paling dominan dalam membentuk niat penggunaan paylater pada Generasi Z. Individu yang cenderung mengutamakan keinginan dibandingkan kebutuhan, mudah tertarik pada promosi, diskon, maupun flash sale, memiliki kecenderungan lebih besar untuk memanfaatkan fasilitas pembayaran tunda tersebut.

Menurut Rohmah et al. (2021), gaya hidup konsumtif mencerminkan perilaku yang lebih mengutamakan kepuasan sesaat dibandingkan pertimbangan kebutuhan. Pada era digital, perilaku tersebut semakin diperkuat oleh paparan media sosial, pemasaran digital, promosi e-commerce, serta pengaruh influencer yang mendorong perilaku konsumsi impulsif.

Temuan ini juga sejalan dengan Theory of Planned Behavior, khususnya pada aspek subjective norms, yaitu adanya pengaruh lingkungan sosial terhadap pembentukan niat seseorang (Ajzen, 1991 dalam Bellová & Špírková, 2021). Generasi Z sering kali terdorong mengikuti tren konsumsi yang berkembang di lingkungan pergaulan maupun media sosial sehingga layanan paylater menjadi solusi untuk memenuhi keinginan tersebut meskipun kemampuan finansial mereka terbatas.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Hilwana et al. (2025) yang menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee PayLater. Penelitian Khaerunisa et al. (2024) juga menemukan bahwa individu dengan gaya hidup konsumtif cenderung menggunakan paylater untuk membeli barang-barang nonesensial, seperti produk fesyen, gawai, dan berbagai produk gaya hidup lainnya. Selain itu, penelitian Rijal et al. (2025) menyatakan bahwa perkembangan e-commerce semakin memperkuat hubungan antara gaya hidup konsumtif dan perilaku pembelian masyarakat.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup konsumtif merupakan faktor utama yang memengaruhi niat menggunakan paylater. Oleh karena itu, upaya meningkatkan penggunaan paylater secara bertanggung jawab tidak cukup hanya melalui peningkatan literasi keuangan, tetapi juga perlu diimbangi dengan perubahan pola konsumsi dan pembentukan gaya hidup yang lebih rasional.

Pengaruh Financial Self Control terhadap Niat Menggunakan Paylater

Hasil analisis menunjukkan bahwa Financial Self Control tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan paylater. Nilai p-value sebesar 0,313 ($> 0,05$), t-statistic sebesar 0,486, dan koefisien sebesar -0,062 menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel tersebut sangat lemah dan tidak signifikan secara statistik. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H_3) ditolak.

Temuan ini menunjukkan bahwa tingkat pengendalian diri finansial belum mampu menjadi faktor utama yang menentukan niat Generasi Z dalam menggunakan layanan paylater. Meskipun secara teoritis financial self control berperan dalam mengendalikan perilaku keuangan, dalam konteks penelitian ini pengaruhnya tidak terbukti signifikan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Christanto dan Syarif (2025) yang menemukan bahwa self control tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan paylater. Temuan serupa juga dikemukakan oleh Krisnawati dan Ratnawati (2025), yang menyatakan bahwa self control tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna e-commerce. Kontribusi Financial Self Control terhadap model penelitian juga tergolong sangat kecil, yang ditunjukkan oleh nilai effect size (f^2) sebesar 0,003. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa faktor-faktor lain, terutama gaya hidup konsumtif dan sikap keuangan, memiliki peran yang jauh lebih besar dalam membentuk niat penggunaan paylater pada Generasi Z.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memberikan gambaran bahwa dalam perkembangan layanan keuangan digital, faktor-faktor psikologis seperti pengendalian diri finansial belum tentu menjadi penentu utama dalam pembentukan niat menggunakan paylater. Hal tersebut menunjukkan bahwa perilaku keuangan Generasi Z lebih banyak dipengaruhi oleh faktor gaya hidup, persepsi terhadap layanan keuangan digital, serta dinamika lingkungan sosial dibandingkan kemampuan mengendalikan diri secara finansial.

IV. SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh sikap keuangan, gaya hidup konsumtif, dan financial self-control terhadap niat menggunakan paylater pada Generasi Z pengguna e-commerce di Kota Palembang, dapat disimpulkan bahwa sikap keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap

niat menggunakan paylater. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin positif sikap keuangan seseorang, maka semakin tinggi pula niatnya untuk menggunakan layanan paylater. Dalam konteks ini, individu dengan sikap keuangan yang baik cenderung memandang paylater sebagai instrumen finansial yang dapat dimanfaatkan secara strategis untuk mendukung pengelolaan arus kas, bukan semata-mata sebagai sarana konsumsi impulsif.

Selain itu, gaya hidup konsumtif terbukti berpengaruh positif dan sangat signifikan terhadap niat menggunakan paylater pada Generasi Z pengguna e-commerce di Kota Palembang. Variabel ini menjadi prediktor paling kuat dalam penelitian, yang menunjukkan bahwa kecenderungan konsumtif yang tinggi, seperti mendahulukan keinginan daripada kebutuhan, mudah terpengaruh iklan dan promosi, serta keinginan mengikuti tren, sangat mendorong niat penggunaan paylater. Dengan demikian, paylater cenderung dipandang sebagai solusi praktis untuk mempertahankan gaya hidup meskipun terdapat keterbatasan finansial.

Sementara itu, financial self-control tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan paylater pada Generasi Z pengguna e-commerce di Kota Palembang. Hasil ini mengindikasikan bahwa tingkat pengendalian diri finansial bukan merupakan faktor utama yang menentukan niat penggunaan paylater. Kondisi ini dapat dijelaskan oleh tingginya kemudahan akses layanan, semakin normalnya penggunaan paylater di kalangan Generasi Z, serta adanya dominasi faktor eksternal seperti tekanan sosial dan norma kelompok sebaya dalam membentuk niat penggunaan layanan tersebut.

V. REFERENCES

- Abed, S. S., & Alkadi, R. S. (2024). Sustainable development through fintech: Understanding the adoption of Buy Now Pay Later (BNPL) applications by Generation Z in Saudi Arabia. *Sustainability*, 16(15). <https://doi.org/10.3390/su16156368>
- Aisjah, S. (2024). Intention to use buy-now-pay-later payment system among university students: A combination of financial parenting, financial self-efficacy, and social media intensity. *Cogent Social Sciences*, 10(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2306705>
- Aldila, A. R., Sifana, D. N., Andini, G., Putra, P., & Faizal, A. R. (2025). Mengupas perubahan gaya hidup anak muda Bandar Lampung di era e-commerce dan digital payment: Studi kualitatif tentang perubahan sosial dalam konsumsi digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial Politik*, 2(4), 986–993.
- Alshebami, A. S., & Aldhyani, T. H. H. (2022). The interplay of social influence, financial literacy, and saving behaviour among Saudi youth and the moderating effect of self-control. *Sustainability*, 14(14). <https://doi.org/10.3390/su14148780>
- Alvin, D., Abirama, S., Hudzaifah, Y., & Susilo, J. (2025). Self control as mediator of financial literacy, e-money, and lifestyle towards consumptive behavior in students in Sintang. 13(4), 3901–3916.
- Angelista, F. D., Anggraini, L. D., & Putri, A. U. (2024). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup dan sikap keuangan terhadap perilaku keuangan mahasiswa pengguna Shopee PayLater. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(3), 696–705. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i3.1197>
- 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>
- Ardyansyah, A. F., & Indrawati, N. K. (2024). The influence of financial knowledge on financial management behavior with locus of control and financial attitude as mediation variables: Study on generation Z of pay-later e-commerce users in Java. *International Journal of Research in Business and Social Science*, 13(4), 265–276.
- Arifin, A., Dwiyantri, N., & Muharri, M. (2025). Pengaruh gaya hidup, pendapatan, sikap keuangan, dan self-control terhadap keputusan penggunaan e-wallet pada Generasi Z. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(3), 1550–1560. <https://doi.org/10.60036/jbm.655>
- Astri, L. Y., Novianto, Y., & Karman, Z. (2023). Evaluasi kesiapan penggunaan website PMB UNAMA dengan metode technology readiness index. 17(1).
- Aulia, M., Afiff, A. Z., Rahayu, S., Hati, H., & Gayatri, G. (2025). Ethics and sustainable government bonds: The retail investors' perspective. *Sustainable Futures*, 9, 100499. <https://doi.org/10.1016/j.sftr.2025.100499>

- Aulia, S. D., Fattah, V., Muslimin, M., & Rianty, C. (2025). Pengaruh financial socialization dan sikap keuangan terhadap penggunaan paylater pada Gen Z Kota Palu. 16(225), 665–677. <https://doi.org/10.33059/jseb.v16i3.11368>
- <https://doi.org/10.32493/JEE.v7i1.43297>
- Chishti, M. F., Ali, F., Khan, M. R., Khan, I., Luong, T., & Ghouri, A. M. (2025). Understanding behavioural biases in investment decisions: Empirical insights from an emerging market. *Cogent Economics & Finance*, 13(1). <https://doi.org/10.1080/23322039.2025.2567499>
- Christanto, F., & Syarif, D. (2025). Pengaruh financial literacy, financial attitude, financial self-efficacy, dan self control terhadap financial behavior dalam penggunaan paylater (studi kasus pada mahasiswa di Kota Bandung). 6(1), 61–70.
- Chung, W., & Au, W. (2021). Risk tolerance profiling measure: Testing its reliability and validities. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 32(1).
- Databoks. (2023). 8 layanan paylater terpopuler di Indonesia, Shopee PayLater juara.
- de Almeida, F., Ferreira, M. B., Soro, J. C., & Silva, C. S. (2021). Attitudes toward money and control strategies of financial behavior: A comparison between overindebted and non-overindebted consumers. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.566594>
- Djaali. (2020). Metodologi penelitian.
- du Plessis, L., Jordaan, Y., & van der Westhuizen, L. M. (2024). Psychological needs and financial well-being: The role of consumer spending self-control. *Journal of Financial Services Marketing*, 29(4), 1197–1206. <https://doi.org/10.1057/s41264-024-00270-y>
- Dwi, E., Marswandi, P., & Hendri, W. (2025). Pengaruh financial knowledge, financial self-control dan fintech payment terhadap financial management behavior. 4(3), 268–273.
- Fatmawati, S., & Suwardi, E. (2024). Paylater as the millennial payment: Theory planned behavior. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 26(2), 91–102. <https://doi.org/10.9744/jak.26.2.91-102>
- Feralda, M., Hafidzi, A. H., & Samsuryaningrum, I. P. (2023). The influence of financial attitude, self control, and hedonism style on financial management behavior of student Shopee PayLater users in Jember District. *Budapest International Research and Critics Institute Journal*, 6(2), 1169–1182. <https://doi.org/10.33258/birci.v6i2.7606>
- dalam memanfaatkan pelayanan buy now pay later. *Jurnal Transparan STIE Yadika Bangil*, 14(2). <https://doi.org/10.53567/jtsyb.v14i2.19>
- Hashmi, F., Aftab, H., Martins, J. M., Mata, M. N., Qureshi, H. A., Abreu, A., & Mata, P. N. (2021). The role of self-esteem, optimism, deliberative thinking and self-control in shaping the financial behavior and financial well-being of young adults. *PLoS ONE*, 16(9). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0256649>
- Hilwana, A. A., Widyastuti, U., & Noviarini, D. (2025). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee PayLater: Peran moderasi kontrol diri pada Generasi Z. *Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi dan Pendidikan*, 3(1), 422–437.
- Hirvonen, J. (2018). Financial behavior and well-being of young adults: Effects of self-control and optimism. *Journal of Economics*, 61(4).
- V. A., Jasrotia, S. S., & Rai, S. S. (2025). Role of perceived risks and perceived benefits on consumers behavioural intention to use buy-now, pay-later (BNPL) services. *Journal of Facilities Management*, 23(2), 330–351. <https://doi.org/10.1108/JFM-01-2023-0004>
- 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>
- Rijal, S., Tadampali, M. A. C. T., Mutmainna, A. I., Arisah, N., & S, R. (2025). Influence of digital literacy and income on the consumptive behavior of Generation Z in Gowa Regency with e-commerce usage as a moderating variable. *International Journal of Business, Law, and Education*, 6(1), 598–610. <https://doi.org/10.56442/ijble.v6i1.1044>

Science, 4(2), 1377–1392.

Tang, T. L. (1992). The meaning of money revisited. *Journal of Organizational Behavior*, 13(2), 197–202. <https://doi.org/10.1002/job.4030130209>

Tangney, J. P., Boone, A. L., & Baumeister, R. F. (2004). High self-control predicts good adjustment, less pathology, better grades, and interpersonal success. In *Self-regulation and self-control*. <https://doi.org/10.4324/9781315175775-5>

Utomo, S., Hamka, H., Buhanuddin, B., Yuliantina, D., & Munizu, M. (2024). Pengaruh literasi keuangan, penggunaan Shopee PayLater dan lifestyle terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Edunomika*, 8(1), 9–15.

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>

Widyaningrum, I., Paradita, G. E., & Pratiwi, P. D. (2024). The influence of financial technology on saving behavior through self-control as a mediator in Generation Z. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 5(2), 632–640. <https://doi.org/10.38035/dijefa.v5i2.2625>

Wijaya, J. C., & Setyawan, I. R. (2024). Peran financial literacy sebagai mediasi faktor penentu financial management behavior Gen Z di Jakarta. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 6(2), 391–399. <https://doi.org/10.24912/jmk.v6i2.29842>

Xiao, J. J., & Noring, F. E. (1994). Perceived saving motives and hierarchical financial needs. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 5, 25–45.

Yani, S. T. (2025). The effect of financial literacy, hedonism, and self-control on the consumptive behavior of students. 1(2), 94–106.

Zhang, F., Wu, Z., Sun, S., Fu, Y., Chen, Y., & Liu, J. (2023). POEMS syndrome in the 21st century: A bibliometric analysis. *Heliyon*, 9(10), e20612. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e20612>