

## *The Influence of Impulsive Buying Behavior, Self-Control, Lifestyle, and Religiosity on Paylater Usage in Generation Z*

### **Pengaruh Perilaku Pembelian Impulsif, Kontrol Diri, Gaya Hidup, dan Religiusitas Terhadap Penggunaan PayLater Pada Generasi Z**

Nur Amiliyah Safara<sup>1)</sup>, Aisha Hanif<sup>\*.2)</sup>

<sup>1)</sup> Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

<sup>2)</sup> Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

\*Email Penulis Korespondensi: [aishahanif@umsida.ac.id](mailto:aishahanif@umsida.ac.id)

**Abstract.** *This study aims to analyze the influence of impulsive buying behavior, self-control, lifestyle, and religiosity on the use of paylater among Generation Z students at Muhammadiyah University of Sidoarjo. The research method employed a quantitative approach with a sample of 100 respondents determined using the Slovin formula and simple random sampling. Data were analyzed using multiple linear regression. The results indicate that impulsive buying behavior, self-control, and lifestyle have a positive and significant effect on paylater usage, while religiosity has a negative and significant effect. An R-squared value of 0.558 indicates that the independent variables explain 55.8% of the variation in paylater usage. Validity and reliability tests showed that all instruments are suitable for use. The implications of this study are expected to serve as a basis for evaluating the use of digital financial services for both users and paylater service providers in Indonesia in the future.*

**Keywords -** *Impulsive Buying Behavior; Self-Control; Lifestyle, Religiosity; Use of PayLater; Generation Z*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh perilaku pembelian impulsif, kontrol diri, gaya hidup, dan religiusitas terhadap penggunaan paylater pada Generasi Z mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Metode penelitian menggunakan kuantitatif dengan sampel 100 responden ditentukan melalui rumus Slovin dan teknik probability sampling simple random sampling. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan perilaku pembelian impulsif, kontrol diri, dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan paylater, sedangkan religiusitas berpengaruh negatif dan signifikan. Nilai R Square sebesar 0,558 menunjukkan bahwa variabel independen menjelaskan 55,8% variasi penggunaan paylater. Uji validitas dan reliabilitas menunjukkan seluruh instrumen layak digunakan. Implikasi penelitian ini diharapkan menjadi bahan evaluasi penggunaan layanan keuangan digital bagi pengguna dan penyedia layanan paylater di Indonesia ke depan.

**Kata Kunci** – Perilaku Belanja Impulsif; Pengendalian Diri; Gaya Hidup, Keagamaan; Penggunaan Layanan Bayar Nanti; Generasi Z

## **I. PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi finansial di Indonesia telah menghadirkan inovasi pembayaran baru yang dikenal dengan istilah paylater atau *Buy Now, Pay Later (BNPL)*. Layanan ini memungkinkan pengguna membeli barang atau jasa terlebih dahulu dan membayarnya di kemudian hari [1]. Berbagai layanan paylater saat ini yang tersedia di berbagai aplikasi dan platform digital seperti gopaylater, shopee, kredivo, akulaku, traveloka, home credit, indodana, BRI ceria [2]. Banyaknya penyedia layanan tersebut menunjukkan bahwa paylater mengalami pertumbuhan yang pesat dan telah dimanfaatkan secara luas oleh masyarakat. Dalam konteks keuangan, penggunaan paylater pada dasarnya menimbulkan kewajiban pembayaran di masa mendatang yang perlu di kelola dengan baik agar tidak mengganggu kondisi keuangan individu [3].

Selain itu, sebagian besar pengguna paylater berasal dari kalangan generasi z dan milenial [4]. Tingginya penggunaan paylater didorong oleh kemudahan akses, proses aktivasi yang cepat, dan fleksibilitas cara pembayaran yang ditawarkan [5]. Penggunaan paylater di kalangan mahasiswa atau generasi z juga semakin meningkat karena berbagai promosi digital, seperti cicilan tanpa bunga, diskon, dan kemudahan transaksi pada platform e-commerce yang telah familiar digunakan. Namun, meningkatnya penggunaan tersebut sering tidak diimbangi dengan literasi keuangan yang memadai. Masih banyak mahasiswa yang kurang menyadari risiko keuangan dari penggunaan paylater, seperti adanya bunga keterlambatan, denda, dan pemakaian limit yang berlebihan, yang dapat berdampak pada kondisi keuangan dalam jangka panjang [6]. Apabila tidak dikelola secara bijak, penggunaan paylater dapat

mempengaruhi arus kas pribadi serta meningkatkan beban pengeluaran di periode berikutnya. Kondisi ini menunjukkan bahwa penggunaan *paylater* tidak hanya berhubungan dengan perilaku konsumtif, tetapi juga berkaitan dengan cara seseorang mengatur keuangan dan tanggung jawab finansialnya [3]. Pada generasi Z, penggunaan *paylater* yang tidak disertai pengendalian diri dapat menyebabkan kebiasaan belanja yang berlebihan, ketergantungan pada cicilan digital, hingga kesulitan dalam mengelola keuangan pribadi. Oleh karena itu, penelitian mengenai penggunaan *paylater* pada generasi Z penting dilakukan untuk memahami perilaku keuangan di era digital serta mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhinya, terutama terkait pengelolaan keuangan pribadi di kalangan mahasiswa.

Kemudahan transaksi yang ditawarkan oleh layanan *paylater* mendorong perubahan perilaku konsumsi generasi Z dalam berbelanja online. Perilaku pembelian impulsif menjadi variabel penting dalam penelitian ini karena secara langsung berkaitan dengan penggunaan *paylater*. Generasi Z sangat mudah terpengaruh oleh promosi digital seperti diskon besar, flash sale, gratis ongkir, pada platform e-commerce, sehingga mendorong munculnya keputusan membeli secara tiba-tiba [7]. Selain itu, fitur “*beli sekarang, bayar nanti*” membuat individu merasa mampu membeli barang meskipun belum memiliki dana yang tersedia, sehingga perilaku pembelian impulsif semakin kuat [8]. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perilaku pembelian impulsif dapat meningkatkan penggunaan *paylater* sebagai alternatif pembayaran di kalangan generasi Z [9].

Pada perilaku pembelian impulsif, kontrol diri berkaitan dengan kemampuan seseorang dalam menahan dorongan berbelanja yang muncul secara tiba-tiba. Kemudahan penggunaan *paylater* sering kali membuat mahasiswa terdorong untuk berbelanja secara langsung tanpa banyak pertimbangan. Mahasiswa dengan kontrol diri rendah umumnya lebih mudah tergoda karena proses *paylater* yang cepat dan praktis, sehingga penggunaannya menjadi lebih sering [10]. Mahasiswa yang memiliki kontrol diri yang baik cenderung lebih berhati-hati dalam menggunakan *paylater* karena mampu mempertimbangkan berbagai risiko yang mungkin timbul, seperti beban bunga, denda keterlambatan, serta kemampuan finansial dalam melunasi pembayaran [7].

Selain faktor psikologis, gaya hidup di era digital juga ikut memengaruhi penggunaan *paylater* pada generasi Z. Generasi ini cenderung menyukai segala sesuatu yang praktis, cepat, dan instan. Kebiasaan menggunakan teknologi dalam kehidupan sehari-hari, terutama saat berbelanja online, membuat *paylater* dianggap sebagai metode pembayaran yang mudah dan sesuai dengan gaya hidup modern saat ini [11]. Di sisi lain, pola hidup yang semakin konsumtif serta dorongan untuk mengikuti tren sosial mendorong generasi Z memanfaatkan *paylater* agar tetap dapat membeli barang yang diinginkan tanpa harus membayar secara langsung [12]. Dengan demikian, gaya hidup memiliki pengaruh terhadap penggunaan *paylater* pada generasi Z.

Selain faktor psikologis dan sosial, religiusitas juga sangat penting. Hal ini karena keyakinan agama seseorang dapat memengaruhi sikap dan pertimbangan saat membuat keputusan tentang hal-hal yang penting bagi mereka. Seseorang yang sangat religius lebih berhati-hati, karena mempertimbangkan etika dan keyakinan agama sebelum menggunakan layanan kredit digital *paylater* [10]. Namun, dalam kondisi tertentu, seseorang tetap dapat menggunakan *paylater* apabila layanan tersebut dipersepsikan tidak bertentangan dengan nilai agama, misalnya dengan melakukan pembayaran tepat waktu sehingga tidak menimbulkan bunga [11]. Dengan demikian, religiusitas dapat memperkuat atau melemahkan penggunaan *paylater*, tergantung pada persepsi seseorang terhadap kesesuaian layanan tersebut dengan nilai yang dianut.

Penggunaan *paylater* merupakan dorongan dalam diri individu untuk mencoba dan memanfaatkan layanan kredit digital ini dalam memenuhi kebutuhan maupun keinginan sehari-hari [9]. Keputusan tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor yang saling berkaitan, yaitu faktor psikologis berupa perilaku pembelian impulsif dan kontrol diri, faktor sosial berupa gaya hidup, serta faktor moral berupa religiusitas yang berinteraksi dalam membentuk perilaku keuangan generasi Z [13]. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui bagaimana faktor-faktor tersebut dapat memengaruhi penggunaan *paylater* pada mahasiswa generasi Z, khususnya dalam mengelola keuangan pribadi di era digital.

Penggunaan layanan *Paylater* atau *Buy Now Pay Later (BNPL)* saat ini semakin meningkat, terutama di kalangan generasi Z yang terbiasa dengan gaya hidup praktis dan serba cepat. Kemudahan dalam mengakses layanan serta proses transaksi yang instan membuat *paylater* sering digunakan, bahkan tanpa perencanaan yang matang. Kondisi ini dapat mendorong perilaku konsumtif, sehingga perilaku pembelian impulsif menjadi salah satu faktor yang perlu diperhatikan. Beberapa penelitian di Indonesia pada periode 2020-2025 menunjukkan bahwa perilaku pembelian impulsif berpengaruh terhadap penggunaan *paylater*. Hal tersebut terjadi karena individu cenderung melakukan pembelian secara spontan tanpa mempertimbangkan perencanaan keuangan, sehingga *paylater* dianggap memudahkan

proses transaksi [14]. Perilaku pembelian impulsif memengaruhi penggunaan paylater pada generasi z, karena kemudahan akses dan fleksibilitas pembayaran membuat individu lebih terdorong untuk belanja secara spontan [15]. Di sisi lain, penggunaan paylater tidak hanya di pengaruhi oleh dorongan untuk membeli secara spontan, tetapi juga kemampuan individu dalam mengendalikan diri. Kontrol diri berperan penting dalam pengelolaan keuangan yang lebih bijak, sehingga individu dapat menghindari pengeluaran yang tidak terencana [16]. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan mengendalikan diri menjadi faktor penting dalam menentukan bagaimana individu mengambil keputusan keuangan. Kontrol diri berpengaruh terhadap penggunaan paylater pada generasi z, dimana individu dengan kontrol diri yang baik cenderung lebih selektif dan tidak mudah terdorong untuk menggunakan layanan tersebut [17]. Selain faktor dari dalam diri, penggunaan paylater juga dipengaruhi oleh gaya hidup seseorang. Gaya hidup yang cenderung mengikuti tren, mengutamakan kepraktisan, dan berorientasi pada pemenuhan keinginan dapat mendorong seseorang untuk lebih konsumtif. Gaya hidup berpengaruh terhadap penggunaan paylater, di mana semakin tinggi kecenderungan gaya hidup konsumtif, maka semakin besar dorongan seseorang untuk memanfaatkan paylater dalam memenuhi kebutuhan maupun keinginannya [14]. selain faktor yang mendorong, penggunaan paylater juga dipengaruhi oleh faktor yang dapat membatasi, salah satunya adalah religiusitas [18]. Religiusitas berkaitan dengan sejauh mana seseorang memahami dan menerapkan nilai-nilai agama dalam kehidupannya, termasuk dalam mengambil keputusan keuangan. Religiusitas berpengaruh terhadap penggunaan paylater, di mana semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang, maka cenderung lebih berhati-hati sehingga penggunaan paylater dapat berkurang karena mempertimbangkan nilai-nilai agama [19]. Sejalan dengan penelitian yang juga menemukan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap penggunaan paylater, sehingga religiusitas menjadi salah satu faktor yang memengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan layanan tersebut [20]. Meskipun penelitian terdahulu telah membahas perilaku pembelian impulsif, kontrol diri, gaya hidup, dan religiusitas dalam penggunaan paylater, hasil penelitian tersebut masih menunjukkan temuan yang beragam, khususnya pada variabel religiusitas. Selain itu, sebagian besar penelitian masih menguji variabel tersebut secara terpisah, sehingga belum memberikan gambaran yang utuh bagaimana keempat faktor tersebut berperan secara bersama-sama dalam memengaruhi keputusan penggunaan paylater pada generasi z. Berdasarkan celah tersebut, penelitian ini menawarkan kebaruan dengan menguji perilaku pembelian impulsif, kontrol diri, gaya hidup, dan religiusitas secara bersama-sama untuk memberikan gambaran yang lebih utuh mengenai penggunaan paylater pada generasi z.

Penelitian ini menggunakan *Theory of Planned Behavior (TPB)* karena teori ini menjelaskan bahwa perilaku individu merupakan hasil dari sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku [21]. Dalam kerangka *TPB*, perilaku pembelian impulsif mencerminkan sikap terhadap perilaku, yaitu penilaian individu terhadap aktivitas konsumsi sebagai sesuatu yang menyenangkan dan mudah dilakukan, sehingga mendorong penggunaan paylater sebagai metode pembayaran [22]. Kontrol diri berkaitan dengan persepsi kontrol perilaku yang menunjukkan sejauh mana individu mampu menahan dorongan konsumsi dan mengelola risiko finansial individu dari penggunaan paylater. Individu dengan kontrol diri tinggi cenderung lebih berhati-hati dalam menggunakan paylater, sedangkan kontrol diri yang rendah meningkatkan kecenderungan penggunaan layanan tersebut [23]. Sementara itu, gaya hidup mencerminkan norma subjektif yang terbentuk dari lingkungan sosial dan budaya digital. Gaya hidup konsumtif dan mengikuti tren di kalangan generasi z dapat menormalkan penggunaan paylater sebagai bagian dari aktivitas sehari-hari [24]. Di sisi lain, religiusitas berperan sebagai kontrol internal yang didasarkan pada nilai-nilai agama dalam mengarahkan perilaku individu, sehingga dalam kerangka *Theory of Planned Behavior*, religiusitas dapat dikaitkan dengan persepsi kontrol perilaku yang mendorong individu untuk lebih berhati-hati, menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan, serta membatasi penggunaan paylater [25]. Dengan demikian, *TPB* digunakan dalam penelitian ini karena mampu menjelaskan keterkaitan antara perilaku pembelian impulsif, kontrol diri, gaya hidup, dan religiusitas dalam membentuk penggunaan paylater pada generasi z secara komprehensif.

Dalam penelitian ini, rumusan masalah difokuskan pada faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan paylater di kalangan generasi z. Adapun rumusan masalah penelitian ini adalah “Apakah pengaruh perilaku pembelian impulsif, kontrol diri, gaya hidup, dan religiusitas berpengaruh terhadap penggunaan paylater pada generasi z”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh perilaku pembelian impulsif, kontrol diri, gaya hidup, dan religiusitas terhadap penggunaan paylater pada generasi z. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diketahui faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan layanan paylater, sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi masyarakat agar lebih bijak dan berhati-hati dalam menggunakan layanan pinjaman di era modern.

Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dengan menambah pemahaman mengenai penggunaan layanan paylater pada generasi Z melalui pengujian perilaku pembelian impulsif, kontrol diri, gaya hidup, dan religiusitas secara bersama-sama, yang membedakannya dari penelitian sebelumnya yang cenderung mengkaji variabel tersebut secara terpisah [26]. Secara praktis, penelitian ini dapat membantu penyedia layanan paylater dalam meningkatkan fitur pengelolaan keuangan pengguna melalui notifikasi batas pengeluaran (peringatan ketika hampir mencapai limit kredit), pengingat saat ingin belanja impulsif (*agar lebih berpikir sebelum checkout*), informasi risiko finansial (*dampak denda dan tagihan menumpuk*), serta panduan sesuai ajaran agama (*penggunaan harus dibayar tepat waktu agar terhindar dari riba*) [27]. Dengan demikian, penelitian ini membantu menjelaskan peran faktor psikologis, sosial, dan nilai individu dalam memengaruhi penggunaan paylater pada generasi Z [28].

## PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### Pengaruh Perilaku Pembelian Impulsif terhadap Penggunaan Paylater

Perilaku pembelian impulsif menggambarkan seseorang memiliki kecenderungan untuk melakukan pembelian secara spontan tanpa perencanaan sebelumnya, biasanya disebabkan oleh dorongan emosional dan kemudahan yang ditawarkan dalam proses transaksi. Selain itu, perilaku pembelian impulsif ditandai dengan kesulitan seseorang dalam menahan keinginan untuk berbelanja, sehingga individu cenderung lebih mengutamakan kepuasan sesaat dibandingkan mempertimbangkan dampak jangka panjang [29]. Dalam lingkungan e-commerce, kenyamanan, kecepatan, dan kemudahan dalam bertransaksi sering kali membuat seseorang mengambil keputusan pembelian secara cepat tanpa mempertimbangkan dampak jangka panjangnya [30]. Berdasarkan *Theory of Planned Behavior (TPB)*, niat berbelanja individu dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku pembelian spontan serta persepsi individu mengenai kemampuan mereka dalam mengendalikan perilaku tersebut. Niat belanja berasal dari sikap baik terhadap belanja mendadak dan pandangan positif tentang kemudahan penggunaan paylater [21]. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan untuk menggunakan paylater [31]. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian juga menyatakan bahwa perilaku pembelian impulsif memiliki pengaruh positif terhadap penggunaan paylater dikalangan generasi Z [14], [15]. Dengan demikian, terdapat hubungan positif antara perilaku pembelian impulsif dan penggunaan paylater, di mana dorongan pembelian secara spontan mendorong penggunaan paylater tanpa perencanaan keuangan yang matang. Berdasarkan uraian di atas maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>1</sub>: Perilaku Pembelian Impulsif Berpengaruh Positif Terhadap Penggunaan Paylater.**

### Pengaruh Kontrol Diri terhadap Penggunaan Paylater

Kontrol diri merupakan kemampuan seseorang dalam menahan dorongan, keinginan, dan emosi ketika mengambil keputusan, termasuk dalam penggunaan paylater. Individu dengan kontrol diri yang rendah cenderung mudah tergoda untuk berbelanja secara spontan tanpa mempertimbangkan kondisi keuangan. Sebaliknya, individu dengan kontrol diri yang tinggi mampu menunda keinginan, mempertimbangkan risiko, serta memikirkan konsekuensi keuangan sebelum menggunakan paylater. Kontrol diri berperan sebagai mekanisme pengendali perilaku keuangan, di mana individu dengan kontrol diri yang kuat mampu membatasi penggunaan layanan paylater agar tidak mengarah pada perilaku konsumtif yang berlebihan [32]. Menurut *Theory of Planned Behavior (TPB)*, kontrol diri terkait dengan persepsi kontrol perilaku seseorang dalam hal ini, seseorang percaya bahwa dapat mengontrol bagaimana menggunakan paylater dan transaksi keuangan lainnya [21]. Kontrol diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan paylater pada generasi Z [33], [16]. Studi lain juga menunjukkan bahwa kontrol diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan paylater [17]. Dengan demikian, arah hubungan kontrol diri terhadap penggunaan paylater cenderung positif. Individu yang mampu mengendalikan diri dengan baik cenderung menggunakan paylater secara lebih bijak, dengan mempertimbangkan kebutuhan serta kondisi keuangannya. Berdasarkan penjelasan di atas, hipotesis berikut dirumuskan:

**H<sub>2</sub>: Kontrol Diri Berpengaruh Negatif Terhadap Penggunaan Paylater.**

### Pengaruh Gaya Hidup terhadap Penggunaan Paylater

Gaya hidup seseorang adalah cerminan dari perilaku, kebiasaan, dan keputusan yang diambil seseorang selama aktivitas sehari-hari, seperti berbelanja dan menggunakan paylater. Seseorang dengan gaya hidup konsumtif dan mengikuti tren akan lebih cenderung menggunakan paylater sebagai cara untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka, terutama ketika pengeluaran mereka tidak sebanding dengan pendapatan mereka dan paylater dianggap sebagai solusi. Gaya hidup memengaruhi penggunaan paylater, dimana individu dengan gaya hidup konsumtif cenderung memilih metode pembayaran yang praktis dan fleksibel [34]. Semakin konsumtif gaya hidup seseorang,

maka semakin besar kecenderungannya menggunakan paylater dalam melakukan pembelian [35]. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup konsumtif dapat meningkatkan penggunaan paylater sebagai alternatif metode pembayaran. Menurut *Theory of Planned Behavior (TPB)*, gaya hidup berkaitan dengan norma subjektif, norma subjektif adalah dampak lingkungan sosial dan budaya digital terhadap tindakan individu. Jika seseorang mengikuti tren atau konsumtif, mereka dapat menjadikan paylater kebiasaan dalam kehidupan sehari-hari [21]. Hasil dari sebuah penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan paylater oleh generasi z [18], [14]. Penelitian lain juga menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pengguna paylater [36]. Oleh karena itu, gaya hidup konsumtif cenderung meningkatkan penggunaan paylater dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan sehari-hari, hubungan antara gaya hidup dan penggunaan paylater cenderung positif. Berdasarkan penjelasan di atas, hipotesis berikut dirumuskan:

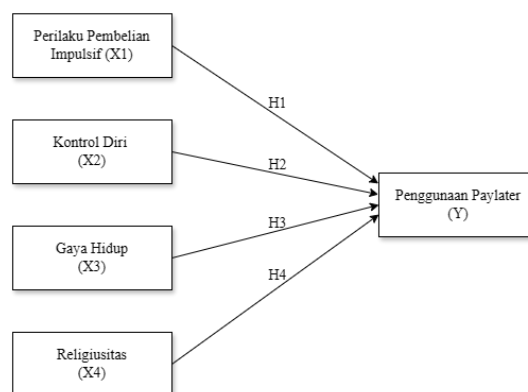
**H<sub>3</sub>: Gaya hidup Berpengaruh Positif Terhadap Penggunaan PayLater.**

### Pengaruh Religiusitas terhadap Penggunaan Paylater

Religiusitas mencerminkan tingkat ketaatan, nilai, serta tindakan seseorang dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam pengambilan keputusan keuangan dan aktivitas transaksi. Dalam hal ini seseorang akan mempertimbangkan aspek kehalalan, pandangan terhadap utang, serta konsekuensi moral dari penggunaan paylater. Religiusitas berpengaruh terhadap penggunaan paylater, di mana nilai-nilai agama menjadi pertimbangan dalam menentukan keputusan penggunaan layanan tersebut [37]. Religiusitas, termasuk pemahaman mengenai riba, memengaruhi sikap individu dalam menggunakan paylater [38]. Artinya, seseorang tidak hanya mempertimbangkan kemudahan penggunaan, tetapi juga melihat apakah layanan tersebut sesuai dengan nilai-nilai agama yang diyakini. Menurut *Theory of Planned Behavior (TPB)* religiusitas berperan sebagai kontrol internal yang didasarkan pada nilai-nilai agama dalam mengarahkan perilaku individu. Dalam teori ini, religiusitas dapat dikaitkan dengan persepsi kontrol perilaku yang mendorong seseorang untuk lebih berhati-hati menghindari perilaku konsumtif berlebihan, serta lebih bijak dalam menggunakan paylater [21]. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa religiusitas memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap penggunaan paylater [19]. Temuan tersebut berbeda dengan penelitian lain karena menemukan adanya pengaruh positif dan signifikan religiusitas terhadap penggunaan paylater [39], [40]. Meskipun terdapat perbedaan hasil penelitian, secara umum arah hubungan antara religiusitas dan penggunaan paylater cenderung bersifat positif. Hal ini menunjukkan bahwa seseorang dengan tingkat religiusitas yang lebih tinggi tetap dapat menggunakan paylater, namun cenderung mempertimbangkan nilai, tanggung jawab, dan kemampuan keuangan dalam penggunaannya. Berdasarkan penjelasan di atas, hipotesis berikut dirumuskan:

**H<sub>4</sub>: Religiusitas Berpengaruh Positif Terhadap Penggunaan Paylater.**

### Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

## II. METODE

### Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yaitu metode penelitian yang menekankan pada pengolahan data dalam bentuk angka untuk menganalisis hubungan antar variabel dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan [41]. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan software Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versi 26.

### Sumber Data dan Jenis Data

Sumber data merupakan pihak atau objek yang menjadi asal diperolehnya data penelitian. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data kuantitatif yang diperoleh langsung dari responden sebagai sumber data primer. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara online menggunakan Google Forms kepada mahasiswa aktif Universitas Muhammadiyah Sidoarjo [41].

**Tabel 1. Pengukuran Skala Likert**

Skala	Kode	Skor
Sangat Setuju	SS	4
Setuju	S	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

### Populasi dan Sampel

Populasi dapat diartikan sebagai keseluruhan subjek atau objek yang memiliki karakteristik tertentu dan dipilih oleh peneliti untuk diteliti, sehingga dapat ditarik kesimpulan dari hasil penelitian tersebut [41]. Berdasarkan data akademik yang tersedia, jumlah mahasiswa aktif di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo adalah sebanyak 13.490 mahasiswa. Oleh sebab itu, sampel yang akan diambil dari populasi yang ada harus dapat mewakili populasi secara keseluruhan. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Universitas Muhammadiyah Sidoarjo yang jumlah populasinya telah diketahui. Untuk itu, dalam perhitungan jumlah sampel peneliti menggunakan rumus Slovin [42]:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat kesalahan error sebesar 10%

n = Jumlah Sampel

Maka jumlah sampel terhitung yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} + \frac{13.490}{1 + 13.490(0,1)^2} + \frac{13.490}{135,9} = 99,26$$

Pada penelitian ini, tingkat kesalahan (error tolerance) yang digunakan oleh peneliti adalah 10% atau 0,1. Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin, diperoleh jumlah sampel sebesar 99,26 responden yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden penelitian.

Penelitian ini menggunakan *probability sampling*, di mana setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel penelitian. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling*, yaitu pemilihan sampel yang dilakukan secara acak dan mudah tanpa mempertimbangkan perbedaan atau tingkatan tertentu dalam populasi [43].

**Tabel 2. Karakteristik Responden**

Demografi	Frekuensi	Presentase
<b>Jenis kelamin</b>		
Laki-laki	42	42,00%
Perempuan	58	58,00%
<b>Usia</b>		
18 - 20 tahun	47	47,00%
21 - 23 tahun	47	47,00%
24 - 26 tahun	6	6,00%

### Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Definisi operasional variabel adalah segala sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dengan tujuan mendapat informasi yang kemudian dapat diambil kesimpulan [41]. Dalam penelitian ini digunakan empat variabel independen, yaitu perilaku pembelian impulsif (X1), kontrol diri (X2), gaya hidup (X3), dan religiusitas (X4) yang memengaruhi variabel dependen, yaitu minat menggunakan paylater (Y). Masing-masing variabel diukur menggunakan indikator yang disusun dalam instrumen kuesioner dengan skala Likert.

**Tabel 3. Indikator Variabel**

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
Perilaku Pembelian Impulsif (X1)	Perilaku pembelian impulsif adalah perilaku membeli secara tiba-tiba karena dorongan sesaat tanpa mempertimbangkan akibat, yang sering dipicu oleh promosi atau tawaran menarik.	1. Pembelian spontan 2. Pembelian terburu-buru mengabaikan konsekuensi 3. Pengaruh promosi dan tawaran menarik	[14], [15]
Kontrol Diri (X2)	Kontrol diri adalah kemampuan individu untuk menahan dorongan sesaat, menjaga disiplin diri, serta mengambil keputusan secara sadar dan terkendali.	1. Pengendalian dorongan sesaat 2. Disiplin diri 3. Pengambilan keputusan	[16], [17]
Gaya Hidup (X3)	Gaya hidup adalah pola aktivitas, minat, dan opini individu yang tercermin dalam cara menjalani kehidupan sehari-hari.	1. Aktivitas 2. Minat 3. Opini	[14]
Religiusitas (X4)	Religiusitas adalah tingkat keyakinan, pemahaman, pengalaman, serta komitmen individu dalam menjalankan ajaran agamanya dalam kehidupan sehari-hari.	1. Keyakinan 2. Pemahaman 3. Pengalaman 4. Komitmen beragama	[20], [19]
Penggunaan Paylater (Y)	Penggunaan PayLater adalah tingkat pemanfaatan PayLater yang tercermin dari lamanya penggunaan, kemudahan pengoperasian, serta kepuasan pengguna dalam bertransaksi.	1. Lama penggunaan paylater 2. Kemudahan pengoperasian 3. Kepuasan penggunaan	[44]

## Teknik Analisis Data

### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah item pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang diteliti. Pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan nilai korelasi antara skor masing-masing indikator dengan skor total variabel menggunakan korelasi Pearson. Suatu indikator dinyatakan valid apabila nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel pada tingkat signifikansi 0,05 (5%) sehingga item tersebut layak digunakan dalam penelitian [45].

### 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dinyatakan dapat diandalkan atau reliabel apabila jawaban dari responden terhadap pernyataan konsisten sepanjang waktu dan memberikan nilai *Cronbach Alpha*  $>$  0,70 [41].

### 3. Uji Hipotesis

Penelitian ini menggunakan analisis regresi yang merupakan salah satu metode untuk menemukan hubungan sebab akibat antara variabel bebas dengan variabel terikat.

#### a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yang meliputi perilaku pembelian impulsif ( $X_1$ ), kontrol diri ( $X_2$ ), gaya hidup ( $X_3$ ), dan religiusitas ( $X_4$ ) terhadap variabel dependen yaitu Penggunaan paylater ( $Y$ ) [46]. Penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

$Y$	= Variabel dependen
$a$	= Konstanta
$b_1, b_2, b_3, \text{ dan } b_4$	= Koefisien regresi masing-masing variabel
$X_1, X_2, X_3, \text{ dan } X_4$	= Variabel independen
$e$	= Standart error

#### b. Uji T

Uji t digunakan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah. Kriteria pengujian adalah jika nilai signifikansi  $< 0,05$  dan arah koefisien regresi variabel independen sesuai dengan arah hipotesis yang di prediksi, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima [41].

#### c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa besar variabel independen dalam model regresi linier berganda mampu menjelaskan variasi atau perubahan yang terjadi pada variabel dependen. Nilai  $R^2$  berkisar antara 0 sampai 1, di mana semakin mendekati 1 berarti variabel independen dapat menjelaskan hampir semua variasi variabel dependen, sedangkan semakin rendah nilainya berarti sebagian besar variasi variabel dependen dijelaskan oleh faktor lain di luar model regresi yang diteliti [46].

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan apakah kuesioner yang digunakan sudah layak dan tepat untuk dipakai dalam penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan software SPSS 26 untuk menguji apakah setiap item pernyataan dalam kuesioner tersebut valid. Berikut ini disajikan tabel hasil uji validitas dari lima variabel, yaitu perilaku pembelian impulsif, kontrol diri, gaya hidup, religiusitas, dan penggunaan paylater.

**Tabel 4. Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
<b>Perilaku Pembelian Impulsif (<math>X_1</math>)</b>	X1.1	0,691	0,195	Valid
	X1.2	0,692	0,195	Valid
	X1.3	0,674	0,195	Valid
	X1.4	0,625	0,195	Valid
	X1.5	0,736	0,195	Valid
	X1.6	0,631	0,195	Valid
	X1.7	0,626	0,195	Valid
	X1.8	0,729	0,195	Valid
	X1.9	0,671	0,195	Valid
<b>Kontrol Diri (<math>X_2</math>)</b>	X2.1	0,731	0,195	Valid
	X2.2	0,616	0,195	Valid
	X2.3	0,745	0,195	Valid
	X2.4	0,759	0,195	Valid
	X2.5	0,534	0,195	Valid
	X2.6	0,698	0,195	Valid
	X2.7	0,627	0,195	Valid
	X2.8	0,673	0,195	Valid
	X2.9	0,602	0,195	Valid
<b>Gaya Hidup (<math>X_3</math>)</b>	X3.1	0,597	0,195	Valid
	X3.2	0,701	0,195	Valid
	X3.3	0,682	0,195	Valid

	X3.4	0,622	0,195	Valid
	X3.5	0,723	0,195	Valid
	X3.6	0,651	0,195	Valid
	X3.7	0,618	0,195	Valid
	X3.8	0,679	0,195	Valid
	X3.9	0,754	0,195	Valid
<b>Religiusitas (X4)</b>	X4.1	0,647	0,195	Valid
	X4.2	0,605	0,195	Valid
	X4.3	0,511	0,195	Valid
	X4.4	0,556	0,195	Valid
	X4.5	0,547	0,195	Valid
	X4.6	0,609	0,195	Valid
	X4.7	0,546	0,195	Valid
	X4.8	0,619	0,195	Valid
	X4.9	0,486	0,195	Valid
<b>Penggunaan Paylater (Y)</b>	Y. 1	0,647	0,195	Valid
	Y. 2	0,513	0,195	Valid
	Y. 3	0,582	0,195	Valid
	Y. 4	0,653	0,195	Valid
	Y. 5	0,542	0,195	Valid
	Y. 6	0,604	0,195	Valid
	Y. 7	0,553	0,195	Valid
	Y. 8	0,638	0,195	Valid
	Y. 9	0,611	0,195	Valid

Sumber : Output SPSS data diolah 2026

Hasil diatas menunjukkan bahwa uji validitas dari setiap item pernyataan dinyatakan valid karena menghasilkan nilai r hitung > r tabel (0,195) berdasarkan uji signifikansi 0,05.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan nilai Cronbach Alpha. Suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,70. Pengujian tersebut dilakukan dengan bantuan software SPSS 26, dan hasilnya disajikan pada tabel berikut.

**Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Standar	Keterangan
Perilaku Pembelian Impulsif X1	0,851	0,70	Reliabel
Kontrol Diri X2	0,843	0,70	Reliabel
Gaya Hidup X3	0,846	0,70	Reliabel
Religiusitas X4	0,739	0,70	Reliabel
Penggunaan Paylater Y	0,771	0,70	Reliabel

Sumber : Output SPSS data diolah 2026

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa nilai reliabilitas *Cronbach Alpha* pada setiap variabel dalam penelitian ini >0,70 maka dapat disimpulkan bahwa item pernyataan dari tiap variabel dinyatakan reliabel.

## 3. Uji Hipotesis

### a. Analisis Regresi Linier Berganda

Uji regresi ini dilakukan untuk melihat pengaruh variabel independen, yaitu perilaku pembelian impulsif, kontrol diri, gaya hidup, dan religiusitas, terhadap variabel dependen yaitu penggunaan PayLater dengan menggunakan software SPSS 26, sehingga diperoleh persamaan regresi sebagai model dalam penelitian berikut ini:

**Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	4.578	2.999
Perilaku Pembelian Impulsif	.335	.069
Kontrol Diri	.145	.072
Gaya Hidup	.468	.075
Religiusitas	-.159	.078

Sumber : Output SPSS data diolah 2026

Berdasarkan tabel koefisien, persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 4,578 + 0,335X_1 + 0,145X_2 + 0,468X_3 - 0,159X_4 + e$$

Dari hasil persamaan diatas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Nilai konstanta yang diperoleh sebesar 4.578 maka bisa diartikan jika variabel independen bernilai 0 (konstan) maka variabel dependen bernilai 4.578.
- Nilai koefisien regresi variabel perilaku pembelian impulsif bernilai positif sebesar 0,335, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan perilaku pembelian impulsif akan diikuti oleh peningkatan penggunaan PayLater.
- Nilai koefisien regresi variabel kontrol diri bernilai positif sebesar 0,145, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan kontrol diri akan diikuti oleh peningkatan penggunaan PayLater.
- Nilai koefisien regresi variabel gaya hidup bernilai positif sebesar 0,468, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan gaya hidup akan diikuti oleh peningkatan penggunaan PayLater.
- Nilai koefisien regresi variabel religiusitas bernilai negatif sebesar -0,159, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan religiusitas akan diikuti oleh penurunan penggunaan PayLater.

#### b. Uji T

Pada uji ini ditampilkan hasil untuk mengetahui apakah variabel independen yang terdiri dari perilaku pembelian impulsif, kontrol diri, gaya hidup, dan religiusitas memiliki pengaruh atau tidak terhadap variabel dependen yaitu penggunaan Paylater.

Tabel 7. Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.578	2.999		1.527	.130
Perilaku Pembelian Impulsif	.335	.069	.357	4.824	.000
Kontrol Diri	.145	.072	.156	2.024	.046
Gaya Hidup	.468	.075	.479	6.237	.000
Religiusitas	-.159	.078	-.143	-2.044	.044

Sumber : Output SPSS data diolah 2026

- Hipotesis 1 yaitu pengaruh perilaku pembelian impulsif terhadap penggunaan paylater memperoleh nilai sig sebesar 0,000 yang menunjukkan bahwa nilai tersebut <0,05 dan nilai t hitung sebesar 4.824 yang lebih besar dari t tabel yaitu 1,661 sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima dan perilaku pembelian impulsif berpengaruh terhadap penggunaan paylater.
- Hipotesis 2 yaitu pengaruh kontrol diri terhadap penggunaan paylater memperoleh nilai sig sebesar 0,046 yang menunjukkan bahwa nilai tersebut <0,05 dan nilai t hitung sebesar 2,024 yang lebih besar dari t tabel yaitu 1,661 sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima dan kontrol diri berpengaruh terhadap penggunaan paylater.
- Hipotesis 3 yaitu pengaruh gaya hidup terhadap penggunaan paylater memperoleh nilai sig sebesar 0,000 yang menunjukkan bahwa nilai tersebut <0,05 dan nilai t hitung sebesar 6,237 yang lebih besar dari t tabel yaitu 1,661 sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima dan gaya hidup berpengaruh terhadap penggunaan paylater.

- d) Hipotesis 4 yaitu pengaruh religiusitas terhadap penggunaan paylater memperoleh nilai sig sebesar 0,044 yang menunjukkan bahwa nilai tersebut  $<0,05$  dan nilai t hitung sebesar 2,044 yang lebih besar dari t tabel yaitu 1,661. Dengan demikian, H4 dalam penelitian ini dinyatakan ditolak.

**c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai yang digunakan dalam uji ini adalah R Square, yang berkisar antara 0 sampai 1 semakin tinggi nilainya, semakin baik model dalam menjelaskan variasi data. Nilai tersebut diperoleh dari tabel Model Summary dan disajikan sebagai berikut:

**Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.747 <sup>a</sup>	.558	.540	3.54755

*Sumber : Output SPSS data diolah 2026*

Dapat diketahui nilai R Square yang diperoleh sebesar 0,558 yang berarti bahwa variabel bebas pembelian impulsif (X1), kontrol diri (X2), gaya hidup (X3), dan religiusitas (X4) mempengaruhi variabel terikat yaitu penggunaan paylater (Y) sebesar 55,8% sisanya sebesar 44,2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Perilaku Pembelian Impulsif Terhadap Penggunaan Paylater

Berdasarkan hasil pengujian, perilaku pembelian impulsif memiliki nilai t-statistik sebesar 4,824 yang lebih tinggi dari nilai t tabel sebesar 1,661 serta nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000. Dengan demikian, perilaku pembelian impulsif berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan paylater, sehingga H1 pada penelitian ini dinyatakan “diterima”. Dalam perspektif akuntansi keprilakuan, hasil ini menunjukkan bahwa keputusan konsumsi individu tidak selalu bersifat rasional, karena dapat dipengaruhi oleh faktor psikologis seperti emosi, dorongan sesaat, dan kecenderungan perilaku tertentu. Dengan kata lain, keputusan keuangan tidak hanya didasarkan pada pertimbangan ekonomi yang logis, tetapi juga dipengaruhi oleh perilaku individu dalam mengambil keputusan. Sementara itu, dalam manajemen keuangan, kondisi tersebut berkaitan dengan pengelolaan keuangan pribadi yang belum optimal, terutama dalam perencanaan pengeluaran dan pengendalian arus kas. Hal ini membuat individu lebih mudah memanfaatkan fasilitas pembiayaan jangka pendek seperti paylater untuk memenuhi kebutuhan konsumsi secara cepat [1]. Hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan perilaku pembelian impulsif akan diikuti dengan peningkatan penggunaan paylater dalam aktivitas belanja [29]. Jika dikaitkan dengan indikator, perilaku pembelian impulsif tercermin dari kecenderungan individu untuk melakukan pembelian secara spontan tanpa perencanaan, mengambil keputusan secara terburu-buru dengan mengabaikan konsekuensi, serta mudah terpengaruh oleh promosi dan tawaran menarik seperti diskon, cashback, dan kemudahan cicilan. Kondisi ini menyebabkan individu lebih memilih paylater sebagai metode pembayaran karena dianggap praktis, fleksibel, dan dapat digunakan secara instan tanpa harus menunggu ketersediaan dana [30]. Dalam konteks *Theory of Planned Behavior (TPB)*, temuan ini mencerminkan aspek sikap terhadap perilaku, di mana individu memiliki penilaian positif terhadap aktivitas belanja impulsif yang dianggap menyenangkan dan mudah dilakukan. Penilaian tersebut kemudian mendorong penggunaan paylater sebagai sarana untuk memenuhi keinginan secara cepat [22]. Hasil penelitian ini sejalan yang menyatakan bahwa perilaku pembelian impulsif berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan paylater [14], [15].

### Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Penggunaan Paylater

Berdasarkan hasil pengujian, variabel kontrol diri memiliki nilai t-statistik sebesar 2,024 yang lebih tinggi dari nilai t tabel sebesar 1,661 serta nilai signifikansi sebesar 0,046 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, kontrol diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan paylater, sehingga H2 dalam penelitian ini dinyatakan “diterima”. Dalam perspektif akuntansi keprilakuan, kontrol diri berkaitan dengan kemampuan individu dalam mengendalikan perilaku keuangan yang dipengaruhi oleh dorongan emosional maupun situasi tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan penggunaan layanan keuangan seperti paylater tidak hanya ditentukan oleh faktor rasional, tetapi juga oleh kemampuan individu dalam mengontrol perilaku konsumsinya agar tetap sesuai dengan kebutuhan. Sementara itu, dalam manajemen keuangan, kontrol diri berkaitan dengan kemampuan individu dalam mengelola keuangan pribadi, terutama dalam perencanaan pengeluaran, pengendalian arus kas, serta kemampuan membedakan kebutuhan dan keinginan. Individu dengan kontrol diri yang baik cenderung tetap menggunakan paylater secara lebih terarah, dengan mempertimbangkan kemampuan membayar kembali dan tidak menggunakannya secara

berlebihan [1]. Hasil ini menunjukkan bahwa kontrol diri tidak selalu berperan sebagai penghambat penggunaan paylater, melainkan sebagai faktor yang mengarahkan penggunaan agar lebih terkontrol dan tidak berlebihan. Jika dikaitkan dengan indikator, kontrol diri mencakup kemampuan dalam mengendalikan dorongan sesaat, memiliki disiplin diri, serta melakukan pengambilan keputusan secara rasional. Individu dengan kontrol diri yang tinggi cenderung mampu menahan dorongan impulsif, mengelola kewajiban pembayaran dengan baik, serta mempertimbangkan manfaat dan risiko [47]. Dengan demikian, penggunaan paylater tetap dilakukan, namun berada dalam batas yang terkendali dan disesuaikan dengan kebutuhan [32]. Hal ini menjelaskan mengapa hubungan yang dihasilkan bersifat positif, karena kontrol diri dalam penelitian ini lebih berperan sebagai pengarah perilaku konsumsi, bukan sebagai penghambat penggunaan. Dalam konteks *Theory of Planned Behavior (TPB)*, temuan ini berkaitan dengan perceived behavioral control, yaitu keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam mengendalikan perilaku. Individu yang merasa mampu mengelola risiko keuangan cenderung lebih percaya diri dalam menggunakan paylater secara bijak [23]. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa kontrol diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan paylater [16], [17]. Oleh karena itu, individu dengan kontrol diri yang baik cenderung tetap menggunakan paylater secara lebih bijak, terencana, dan sesuai dengan kemampuan keuangannya [33].

### **Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Penggunaan Paylater**

Berdasarkan hasil pengujian, variabel gaya hidup memiliki nilai t-statistik sebesar 6,237 yang lebih tinggi dari nilai t tabel sebesar 1,661 serta nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000. Dengan demikian, gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan paylater, sehingga H3 dalam penelitian ini dinyatakan “diterima”. Dalam perspektif akuntansi keprilakuan, gaya hidup mencerminkan bagaimana individu dalam mengambil keputusan konsumsi tidak hanya berdasarkan kebutuhan, tetapi juga dipengaruhi oleh lingkungan sosial, tren, dan preferensi pribadi. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku keuangan seseorang dapat terbentuk dari kebiasaan dan pola pikir yang berkembang di lingkungan sekitarnya, sehingga tidak selalu bersifat rasional sepenuhnya. Sementara itu, dalam manajemen keuangan, gaya hidup berkaitan dengan pola pengeluaran individu dalam mengelola pendapatan yang dimiliki. Gaya hidup yang cenderung mengikuti tren dan bersifat konsumtif dapat mendorong pengeluaran yang lebih besar, sehingga individu lebih sering memanfaatkan fasilitas pembiayaan seperti paylater untuk menyesuaikan kebutuhan konsumsi dengan kondisi keuangan yang ada [1]. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kecenderungan individu dalam mengikuti tren gaya hidup modern, maka semakin tinggi pula penggunaan paylater. Jika dikaitkan dengan indikator, gaya hidup tercermin melalui aktivitas, minat, dan opini. Aktivitas seperti berbelanja dan penggunaan platform digital mendorong pemanfaatan paylater, minat terhadap produk tren membuat individu tetap bertransaksi meskipun dana terbatas, serta opini bahwa paylater merupakan metode pembayaran yang praktis dan fleksibel semakin memperkuat penggunaannya [14]. Kondisi ini menunjukkan bahwa gaya hidup modern yang serba instan dan berbasis digital mendorong individu untuk mengadopsi paylater sebagai bagian dari kebiasaan konsumsi sehari-hari. Dalam konteks *Theory of Planned Behavior (TPB)*, temuan ini mencerminkan norma subjektif, yaitu adanya pengaruh lingkungan sosial dan budaya digital yang menormalkan penggunaan paylater, sehingga individu terdorong untuk mengikuti tren tersebut [24]. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian lain yang menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan paylater [18], [14].

### **Pengaruh Religiusitas Terhadap Penggunaan Paylater**

Berdasarkan hasil pengujian, variabel religiusitas memiliki nilai t-statistik sebesar -2,044 yang lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,661 serta nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,044. Dengan demikian, religiusitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penggunaan paylater, sehingga H4 dalam penelitian ini dinyatakan “ditolak”. Dalam perspektif akuntansi keprilakuan, religiusitas dapat memengaruhi cara individu dalam mengambil keputusan keuangan, di mana nilai-nilai agama menjadi dasar pertimbangan dalam menentukan perilaku konsumsi. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan penggunaan layanan keuangan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi, tetapi juga oleh nilai, keyakinan, dan prinsip yang dianut individu. Sementara itu, dalam manajemen keuangan, religiusitas berkaitan dengan sikap kehati-hatian dalam mengelola keuangan pribadi, khususnya dalam menghindari perilaku konsumtif dan penggunaan utang yang dianggap tidak sesuai dengan prinsip keuangan tertentu. Individu dengan tingkat religiusitas yang tinggi cenderung lebih selektif dalam menggunakan layanan seperti paylater karena mempertimbangkan dampak jangka panjang terhadap kondisi keuangan [1]. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang, maka semakin rendah kecenderungan penggunaan paylater [37]. Jika dikaitkan dengan indikator, religiusitas mencakup keyakinan, pemahaman, pengalaman, dan komitmen beragama. Keyakinan terhadap nilai agama mendorong sikap kehati-hatian terhadap utang, pemahaman mengenai konsep riba dan konsumsi dalam Islam membuat individu lebih selektif dalam menggunakan layanan keuangan, pengalaman religius memperkuat kebiasaan menghindari perilaku konsumtif berlebihan, serta komitmen beragama mendorong konsistensi dalam menerapkan nilai-nilai tersebut dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam mengambil keputusan penggunaan paylater [38]. Kondisi ini menunjukkan bahwa nilai-nilai religius berperan sebagai kontrol internal yang

membatasi perilaku konsumsi, sehingga individu lebih mempertimbangkan aspek moral dan konsekuensi jangka panjang sebelum menggunakan paylater. Dalam konteks *Theory of Planned Behavior (TPB)*, temuan ini berkaitan dengan perceived behavioral control, yaitu kontrol diri berbasis nilai moral dan agama yang memengaruhi keputusan perilaku individu [25]. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penggunaan paylater [19].

#### IV. SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa perilaku pembelian impulsif, kontrol diri, dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan PayLater, sedangkan religiusitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penggunaan PayLater. Perilaku pembelian impulsif menunjukkan bahwa pembelian yang dilakukan secara spontan tanpa perencanaan dapat meningkatkan penggunaan PayLater. Kontrol diri yang baik juga mempengaruhi penggunaan PayLater, di mana individu cenderung tetap menggunakan layanan tersebut namun dengan lebih bijak, terencana, dan sesuai kebutuhan. Selain itu, gaya hidup yang konsumtif dan mengikuti tren dapat mendorong peningkatan penggunaan PayLater. Sementara itu, religiusitas memiliki pengaruh negatif, yang berarti semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang maka semakin rendah kecenderungan penggunaan PayLater.

Keterbatasan dari penelitian ini yaitu hanya menggunakan 4 variabel independen yang terdiri dari perilaku pembelian impulsif, kontrol diri, gaya hidup, dan religiusitas serta hanya menggunakan responden generasi z. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berkaitan seperti literasi keuangan dan kemudahan penggunaan, serta menggunakan variabel moderasi agar hubungan antar variabel dapat dianalisis lebih mendalam. Selain itu, objek penelitian dan jumlah responden juga dapat diperluas supaya hasil penelitian menjadi lebih maksimal. Saran bagi pengguna paylater diharapkan dapat menggunakan layanan tersebut secara lebih bijak dengan menyesuaikan kebutuhan dan kemampuan finansial agar tidak menimbulkan masalah keuangan di masa mendatang. Selain itu, diharapkan juga untuk meningkatkan kesadaran dalam mengendalikan diri serta tidak mudah terpengaruh oleh tren gaya hidup konsumtif.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah rabbil ‘alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, karunia, serta kemudahan yang senantiasa diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa perjalanan ini tidak dilalui seorang diri. Banyak pihak yang dengan tulus telah memberikan doa, dukungan, motivasi, serta bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan ketulusan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ayah dan Ibu tercinta, yang tidak pernah berhenti menjadi alasan penulis untuk tetap kuat dan bertahan dalam setiap proses yang dijalani. Terima kasih atas doa yang tak putus, kasih sayang yang tiada batas, pengorbanan yang tidak ternilai, serta dukungan dan kepercayaan yang selalu mengiringi langkah penulis hingga akhirnya mampu menyelesaikan skripsi ini. Segala pencapaian ini tidak lepas dari ridho dan perjuangan kalian.
2. Seluruh keluarga besar penulis, yang senantiasa hadir dengan perhatian, doa, dan semangat yang menguatkan. Kehadiran kalian menjadi pengingat bahwa penulis tidak pernah berjalan sendirian, melainkan selalu dikelilingi oleh orang-orang yang peduli dan mendukung hingga tahap akhir penyusunan skripsi ini.
3. Partner segala-galanya penulis, Ainun Hidayat, Jihan, Ajeng, yang telah menjadi tempat berkeluh kesah, berbagi cerita, dan bertahan bersama dalam setiap naik turunnya perjalanan perkuliahan. Terima kasih atas kesetiaan dalam menemani, ketulusan dalam mendengarkan, serta semangat yang terus diberikan tanpa henti hingga skripsi ini dapat terselesaikan. Kebersamaan ini menjadi bagian yang sangat berarti dalam perjalanan hidup penulis.
4. Terakhir, untuk diri saya sendiri. Terima kasih karena telah mampu bertahan hingga titik ini, tetap melangkah meskipun harus melewati berbagai proses yang tidak selalu mudah. Apresiasi yang sebesar-besarnya atas segala usaha, doa, air mata, serta setiap bentuk perjuangan yang telah dikerahkan untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Semoga langkah ini menjadi awal dari perjalanan yang lebih baik dan penuh keberkahan ke depannya.

#### REFERENSI

- [1] N. Izza, R. Ayu, and D. Pangesti, "Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Fitur Paylater di Aplikasi Shopee Pada Kalangan Mahasiswa Universitas Jember," *J. Ekon. Bisnis, Manaj. dan Akunt.*, vol. 4, no. 1, pp. 24–30, 2025.
- [2] I. Ali, "Aplikasi PayLater Resmi OJK di Indonesia," Pricebook. Accessed: Nov. 10, 2025. [Online]. Available:

- <https://www.pricebook.co.id/article/head2head/9699/layanan-paylater-terbaik>
- [3] A. M. Lenny Widiawati, Fahri Hananto Yasin, “Pentingnya Manajemen Risiko Kredit Pada Skema Buy Now Pay Later (BNPL),” vol. 7, pp. 10014–10020, 2024, [Online]. Available: [https://id.search.yahoo.com/search?fr=mcafee&type=E210ID91215G0&p=Widiawati%2C+Lenny+et+al.+2024.+“The+Importance+of+Credit+Risk+Management+in+Buy+Now+Pay+Later+\(Bnpl\)+Schemes.”+7%3A+10014–20.](https://id.search.yahoo.com/search?fr=mcafee&type=E210ID91215G0&p=Widiawati%2C+Lenny+et+al.+2024.+“The+Importance+of+Credit+Risk+Management+in+Buy+Now+Pay+Later+(Bnpl)+Schemes.”+7%3A+10014–20.)
  - [4] A. Yuliawati, “Millenial dan Gen Z Paling Banyak Gunakan Paylater,” Katadata. Accessed: Nov. 10, 2025. [Online]. Available: <https://katadata.co.id/digital/e-commerce/667a9e18a2596/survei-kic-millennial-dan-gen-z-paling-banyak-gunakan-paylater>
  - [5] R. Zamitah Tahiyah Afif, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Manfaat, Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater Pada Mahasiswa Surabaya,” vol. 7, pp. 60–75, 2024.
  - [6] A. Felix, Vindis, Yulianto, R. Lyem, F. Alexander, and J. Sutrisno, “Pengaruh Shopee PayLater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa: Antara Kemudahan dan Perangkap,” *J. Digismantech*, vol. 4, no. 2, pp. 33–43, 2024, [Online]. Available: <http://dx.doi.org/10.30813/digismantech.v4i2.7605>
  - [7] K. N. Febriyanti, “Pengaruh Kontrol Diri Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan PayLater Pada Generasi Z Kabupaten Pekalongan Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating,” 2024, [Online]. Available: <http://etheses.uingusdur.ac.id/8979/>
  - [8] M. Hafidh and B. Waluyo, “Pengaruh Religiusitas, Sales Promotion dan Persepsi Risiko Terhadap Impulsive Buying Dalam Penggunaan Shopee Pay Later,” *Semin. Nas. Akunt. dan Manaj.*, vol. 5, no. 2, 2024.
  - [9] N. T. Akib, I. Yuliana, R. Anggriani, and L. J. Jati, “Impulsive Buying pada Pengguna Shopee Generasi Z: Gaya Hidup, Fitur Spaylater dan Word of Mouth,” *Akad. J. Mhs. Ekon. Bisnis*, vol. 5, no. 2, pp. 937–946, 2025, doi: 10.37481/jmeh.v5i2.1375.
  - [10] R. A. Asmarani, “Pengaruh Religiusitas dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater dengan Kontrol Diri Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan),” *Angew. Chemie Int. Ed.* 6(11), 951–952., pp. 5–24, 2024.
  - [11] L. R. Amelia, “Pengaruh Kemudahan Dan Gaya Hidup Digital Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater Pada Generasi Z Di Kabupaten Banyumas Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi Skripsi,” vol. 4, no. 1, pp. 9–15, 2024.
  - [12] A. Rauha and S. Nurhasanah, “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pembelian Impulsif Muslim Gen-Z Saat Tanggal Kembar di Jabodetabek,” *Ekon. J. Econ. Bus.*, vol. 9, no. 2, p. 1267, 2025, doi: 10.33087/ekonomis.v9i2.1955.
  - [13] G. Nurmalia, Mutiasari Nur Wulan, and Zathu Restie Utamie, “Gaya Hidup Berbasis Digital Dan Perilaku Konsumtif Pada Gen Z Di Bandar Lampung: Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee,” *J. Rekoginisi Ekon. Islam*, vol. 3, no. 01, pp. 22–32, 2024, doi: 10.34001/jrei.v3i01.846.
  - [14] K. Mariyani and M. Risanta, “Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Perilaku Pembelian Impulsif Terhadap Penggunaan Shopee Paylater Pada Generasi Z di Banjarmasin,” *eCo-Fin*, vol. 7, no. 2, pp. 1169–1180, 2025, doi: 10.32877/ef.v7i2.2529.
  - [15] Karina Putri Restike, Dinar Prasasti, Desfi Intan Fitriani, and Monika Kussetya Ciptani, “Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Pembelian Impulsif, Dan Gaya Hidup Terhadap Penggunaan Shopee Paylater Gen Z,” *J. Akunt. Bisnis*, vol. 22, no. 1, pp. 100–113, 2024, [Online]. Available: <https://journal.unika.ac.id/index.php/jab/article/view/3629>
  - [16] M. P. Diah Restu Septawati, Nurul Hak, “Pengaruh Religiusitas Islam, Persepsi Risiko, Kontrol Diri, Kemudahan Penggunaan, Literasi Keuangan, Dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater Pada Generasi Z Di Kota Bengkulu,” vol. 32, no. 3, pp. 167–186, 2021.
  - [17] D. E. Ajeng Rizky Anggiaputri, “Pengaruh Gaya Hidup , Kontrol Diri , Literasi Keuangan Dan Persepsi Resiko Terhadap Tren Penggunaan Paylater Dikalangan Mahasiswa,” vol. 05, pp. 867–879, 2025.
  - [18] D. D. Silvialorensa, Hartono, and T. H. Dwihandoko, “Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Penggunaan SPaylater pada Generasi Z di Kecamatan Magersari Kota Mojokerto,” *EBISMAN eBisnis Manaj.*, vol. 2, no. 3, pp. 51–66, 1991.
  - [19] D. R. Mastra Hegi Carnado1, “Analisis Gaya Hidup, Kemudahan Dan Religiusitas Terhadap Penggunaan Shopee Paylater Dengan Hedonic Shopping Sebagai Variabel Moderasi,” *JTEM J. Islam. Entrepreneursh. Manag.*, vol. 3, no. 2, pp. 114–126, 2023.
  - [20] H. Hafiz, “Pengaruh Religiusitas Terhadap Penggunaan Shopee Pay Later Degan Moderasi Financial Management Behavior, Riba Dan Pertimbangan Syari’ah (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Indonesia),” *Bussiness Law binus*, vol. 7, no. 2, pp. 33–48, 2023.
  - [21] R. E. N. Rongcai, W. U. Guoxiong, and C. A. I. Ming, *Theory of planned behavior (TPB)*.
  - [22] N. T. G. Pelealu and A. Huwae, “Gaya Hidup Hedonisme dan Impulsive Buying Dalam Aktivitas Belanja

- Online Pada Mahasiswa,” *J. Pendidik. dan Konseling*, vol. 5, no. 2, pp. 5081–5090, 2023.
- [23] L. Alamanda and C. H. Soetjningsih, “Kontrol Diri dan Impulsive Buying Produk Fashion pada Mahasiswa Psikologi Universitas Kristen Satya Wacana Pengguna E-Commerce Shopee,” *J. Humaniora, Sos. dan Bisnis*, vol. 1, no. 4, pp. 420–426, 2023.
- [24] R. Awaliah Pertiwi, “Pengaruh Gaya Hidup Hedonis, Diskon, dan Pengendalian Diri terhadap Impulse Buying Pada Generasi Z Pengguna Marketplace Shopee,” *J. Pendidik. Tambusai*, vol. 9, no. 2, pp. 15594–15603, 2025.
- [25] F. Hazmi, “Pengaruh Religiusitas Terhadap Impulse Buying dengan Intensitas Penggunaan Paylater sebagai Variabel Intervening pada Generasi Milenial Faiqul Hazmi Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara A . Pendahuluan pula yang mempengaruhi pesatnya pertumbuhan e-com,” *J. Baabu Al-Ilmi Ekon. dan Perbank. Syariah*, vol. 8, no. 1, pp. 19–32, 2023.
- [26] D. Harjanti, P. Angelina Nur, Noerchoidah, and W. Laura Sahetapy, “Pengaruh Financial Management Behavior, Lifestyle, dan Self-Control Terhadap Impulsive Buying Pengguna Buy Now Pay Later,” *Maj. Ekon. Telaah Manajemen, Akuntansi, dan Bisnis*, vol. 31, no. 1, p. 90, 2025.
- [27] S. A. Putri, U. Widyastuti, and T. A. Monoarfa, “Pengaruh Financial Literacy dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulsive Buying Melalui Spending Self Control Sebagai Mediasi pada Pengguna Shopee Paylater,” *PENG J. Ekon. dan Manaj.*, vol. 3, no. 1, pp. 510–526, 2026, [Online]. Available: <https://teewanjournal.com/index.php/peng/article/view/2103>
- [28] P. U. Elektronik, G. Hidup, and D. A. N. Konformitas, “Kontrol Diri Sebagai Mediasi Pengaruh Issn : 2337778X Issn : 2337778X,” *J. Magisma*, vol. XIII, no. 1, pp. 9–20, 2025.
- [29] N. R. Pakpahan, J. Budiman, and Warneri, “Pengaruh Penggunaan Paylater dalam E-Marketing Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Untan,” *J. Pendidik. dan Pembelajaran*, vol. 11, no. 2020, pp. 1321–1330, 2022, doi: 10.26418/jpkk.v11i9.57906.
- [30] K. F. Nikolaus, A. Setiawan, and H. Djajadikerta, “Pengaruh Penggunaan Metode Pembayaran Pay Later dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif oleh Pengguna E-Commerce Generasi Z di Indonesia,” *Innov. J. Soc. Sci. Res.*, vol. 4, no. 3, pp. 11274–11289, 2024, doi: 10.31004/innovative.v4i3.11416.
- [31] S. H. S. Nurul Aulia, Wan Laura Hardilawati, “Pengaruh Gaya Hidup, Kemudahan Penggunaan Dan Impulsive Buying Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater Di Kota Pekanbaru,” vol. 1, no. 2, pp. 161–170, 2025.
- [32] N. Cemarawati, M. Trihudiyatmanto, and B. Efendi, “Kontrol Diri Sebagai Mediator Penentu Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pengelolaan Keuangan Pengguna Buy Now Pay Later (BNPL),” *J. Econ. Bank.*, vol. 7, no. 1, pp. 1–16, 2025.
- [33] A. H. Esa Safrillah Nur Laila, “Pengaruh Financial Literacy, Consumptive Behavior, Dan Self- Control Terhadap Penggunaan Shopee Paylater Pada Generasi Z,” pp. 427–437, 2024, [Online]. Available: [http://eprints.universitaspustakabangsa.ac.id/id/eprint/2057/00Ahttp://eprints.universitaspustakabangsa.ac.id/id/eprint/2057/12/DAFTAR\\_PUSTAKA-Widya\\_Khoerunnisa-205504214-Skripsi-2024.pdf](http://eprints.universitaspustakabangsa.ac.id/id/eprint/2057/00Ahttp://eprints.universitaspustakabangsa.ac.id/id/eprint/2057/12/DAFTAR_PUSTAKA-Widya_Khoerunnisa-205504214-Skripsi-2024.pdf)
- [34] V. R. J. Saputra and T. Sudarwanto, “Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Paylater Masyarakat Kota Surabaya,” *JPTN J. Pendidik. Tata Niaga*, vol. 11, no. 2, pp. 165–173, 2023, [Online]. Available: <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/55110>
- [35] Waroka S and Fadila A, “Pengaruh Kepercayaan dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee Paylater,” *J. Ilm. Wahana Pendidik.*, vol. 8, no. 12, pp. 619–624, 2022.
- [36] U. Oppusunggu, S. Marbun, and J. Napitupulu, “Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan, Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Shopee Paylater.,” *RIGGS J. Artif. Intell. Digit. Bus.*, vol. 4, no. 2, pp. 2634–2640, 2025, doi: 10.31004/riggs.v4i2.908.
- [37] M. M. Fany Fadhila, Azhar, “Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Produk Dan Faktor Sosial Terhadap Penggunaan Shopeepaylater,” vol. 1, no. 2, pp. 20–30, 2020.
- [38] A. Junaidi, “Pengaruh Religiusitas, Lifestyle Konsumtif, Dan Riba Pada Mahasiswa Muslim Dan Non-Muslim Di Yogyakarta Terhadap Penggunaan Shopee Pay Later,” 2024, [Online]. Available: [dspace.uin.ac.id/123456789/52174](https://dspace.uin.ac.id/123456789/52174)
- [39] S. Salsabila, “Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Tentang Riba, dan Faktor Sosial Terhadap Loyalitas Masyarakat di Yogyakarta Menggunakan Aplikasi Akulaku Paylater Dengan Hutang Sebagai Variabel Pemoderasi,” *Skripsi Univ. Islam Indones. YOGYAKARTA*, 2023, [Online]. Available: <https://dspace.uin.ac.id/bitstream/handle/123456789/45122/19312170.pdf?sequence=1>
- [40] S. Nufusiah, “Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Fitur Shopee Paylater,” pp. 1–3, 2023.

- [41] Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. 2020.
- [42] Sonia Nur Fratnya Paramitha and Rizky Eka Febriansyah, “Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Ulasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Pada Konsumen Mie Gacoan Sidoarjo (Studi Pada Mahasiswa Umsida),” pp. 1–14, 2024.
- [43] A. P. Ikasari and A. Hanif, “Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WoM) di Sosial Media Pada Keputusan Investasi,” *Creat. Commons Attrib. Licens.*, pp. 1–13, 2024.
- [44] P. Rahima and I. Cahyadi, “Pengaruh Fitur Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram,” *Target J. Manaj. Bisnis*, vol. 4, no. 1, pp. 39–50, 2022, doi: 10.30812/target.v4i1.2016.
- [45] W. Sulistiyowati, “Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian,” *Buku Ajar Stat. Dasar*, vol. 14, no. 1, pp. 15–31, 2017, doi: 10.21070/2017/978-979-3401-73-7.
- [46] B. A. B. Iii and A. R. Penelitian, “Sugiyono, ‘ Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D ,’ Bandung : Alfabeta (2023). 32,” pp. 32–45, 2023.
- [47] S. Salsabila, “Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, Dan Pengaruh Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Paylater Pada E-Commerce,” *Bussiness Law binus*, vol. 7, no. 2, pp. 33–48, 2023.

**Conflict of Interest Statement:**

*The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.*