



Nur Amiliyah Safara bab 1,2,3,4

ID : 5856c91b07671cbe092f8261e92fae8d278fe7e9



11% Suspicious texts

File name : Nur Amiliyah Safara bab 1,2,3,4.txt
Original file size : 3.98 MB
Number of words : 5,871
Number of characters : 45725

Submitter : UMSIDA Perpustakaan
Submission date : May 7, 2026
Upload type : interface
analysis end date : May 7, 2026

Summary (section 1/3)

Location of suspect texts in the document :



Included in the suspicious text score :

Similarities 2%

Syntactics 2% Semantics *Not measured*

Passages with similarities to sources found in different collections.



AI detection 8%

Texts with stylistically similar formulations to AI-generated text.

This rate is an indicator, not proof. Check with the author that he/she has mastered the knowledge mentioned in the document.



Unrecognized languages 2%

Passages in which some of the vocabulary used is not part of the language dictionary. This may be an attempt by the author to modify the text to make detection impossible.



Not included in the percentage of suspicious texts :

Texts between quotes <1%

Passages between quotation marks, often revealing a quotation.




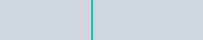


Similarities

2%


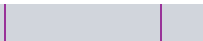

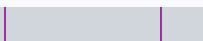

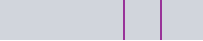

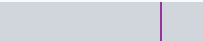

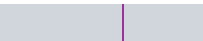

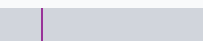

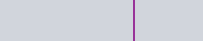
Passages with similarities to sources found in different collections.



Main source detected

No.	Description	Similarities	Locations
3	 ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADA... doi.org/10.51277/keb.v20i2.284 ↗	<1%	
5	 Pengaruh Financial Literacy dan Financial Self-Efficacy Terhadap Risky... doi.org/10.46576/bn.v8i1.6276 ↗	<1%	

Source with incidental similarities

No.	Description	Similarities	Locations
1	 12699 ARTIKEL+ILMIAH+IKA+REV+2+(1) #3ae166 👤 Comes from my group	<1%	
2	 The Influence of Spending Habits, Financial Literacy, and Financial Attitud... archive.umsida.ac.id/index.php/archive/preprint/download/8179/58727 ↗	<1%	
4	 Document from another user #04ae6b 👤 Comes from another group	<1%	
6	 Pengaruh Religiusitas, Gaya Hidup, dan Harga terhadap Keputusan... dx.doi.org/10.47467/elmal.v4i2.535 ↗	<1%	
7	 eprint.stieww.ac.id eprint.stieww.ac.id/2354/1/Keputusan%20Pembelian%20dalam%20Perilaku%20Ko... ↗	<1%	
8	 Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Kontrol Diri... doi.org/10.35870/jemsi.v12i2.6354 ↗	<1%	
9	 Pengaruh Religiusitas, Risiko, Penanganan Keluhan Konsumen Terhadap... dx.doi.org/10.35794/jmbi.v9i3.44486 ↗	<1%	



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



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

Nur Amiliyah Safara
222010300033
Aisha Hanif
0711118904

SKRIPSI

Program Studi Akuntansi
Fakultas Bisnis, Hukum & Ilmu Sosial
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
2025

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 Safara¹⁾, Aisha Hanif ^{*,2)}

1) Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

2) Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: aishahanif@umsida.ac.id

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 di inginkan tanpa harus membayar secara langsung [12]. Dengan demikian, gaya hidup memiliki pengaruh terhadap penggunaan Paylater pada generai 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 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 mempertimbangan perencanaan keuangan, sehingga Paylater dianggap memudahkan proses transaksi [14]. Penelitian [15] juga menjelaskan bahwa perilaku pembelian impulsif memengaruhi penggunaan Paylater pada Generasi Z, karena kemudahan akses dan fleksibilitas pembayaran membuat individu lebih terdorong untuk belanja secara spontan. Di sisi lain, penggunaan Paylater tidak hanya dipengaruhi oleh dorongan untuk membeli secara spontan, tetapi juga kemampuan individu dalam mengendalikan diri. Penelitian [16] menunjukkan bahwa kontrol diri berperan penting dalam pengelolaan keuangan yang lebih bijak, sehingga individu dapat menghindari pengeluaran yang tidak terencana. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan mengendalikan diri menjadi faktor penting dalam menentukan bagaimana individu mengambil keputusan keuangan. Sejalan dengan penelitian [17] yang menemukan bahwa kontrol diri berpengaruh terhadap penggunaan PayLater pada Generasi Z, di mana individu dengan kontrol diri yang baik cenderung lebih selektif dan tidak mudah terdorong untuk menggunakan layanan tersebut. 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. Penelitian oleh [14] menunjukkan bahwa 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. Penelitian [18] juga menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap penggunaan PayLater, karena seseorang dengan gaya hidup yang cenderung konsumtif akan lebih terdorong menggunakan PayLater untuk memenuhi keinginan dan mengikuti gaya hidup yang dijalani. Selain faktor yang mendorong, penggunaan PayLater juga dipengaruhi oleh faktor yang dapat membatasi, salah satunya adalah religiusitas. Religiusitas berkaitan dengan sejauh mana seseorang memahami dan menerapkan nilai-nilai agama dalam kehidupannya, termasuk dalam mengambil keputusan keuangan. Penelitian [19] menunjukkan bahwa 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. Sejalan dengan penelitian [20] yang juga menemukan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap penggunaan PayLater, sehingga religiusitas menjadi salah satu faktor yang memengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan layanan tersebut. 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, penelitian [29] menyatakan bahwa perilaku pembelian impulsif ditandai dengan lemahnya kontrol diri seseorang dalam menahan keinginan berbelanja, sehingga seseorang cenderung lebih mengutamakan kepuasan sesaat dibandingkan mempertimbangkan dampak keuangan jangka panjang. Sejalan dengan penelitian [30] dalam lingkungan e-commerce, kenyamanan, kecepatan, dan kemudahan bertransaksi sering kali membuat seseorang mengambil keputusan pembelian secara cepat tanpa mempertimbangkan dampak jangka panjangnya. 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]. Penelitian [31] menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan untuk menggunakan PayLater. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh [14] dan [15] yang juga menyatakan bahwa perilaku pembelian impulsif memiliki pengaruh positif pada penggunaan PayLater di kalangan Generasi Z. 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:

H1: 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. Sejalan dengan penelitian [32] menjelaskan bahwa 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. Penelitian [33] menjelaskan bahwa kontrol diri berperan dalam mengatur dorongan konsumtif saat individu menggunakan PayLater, di mana kemampuan mengendalikan diri membantu seseorang agar tidak mudah terbawa keinginan sesaat. Menurut Theory of Planned Behavior (TPB), kontrol diri terkait dengan persepsi kontrol perilaku seseorang dalam hal ini, seseorang percaya bahwa dapat mengontrol bagaimana mereka menggunakan PayLater dan transaksi keuangan lainnya [21]. Penelitian [16] dan [17] menunjukkan bahwa kontrol diri berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penggunaan PayLater pada Generasi Z. Namun, temuan penelitian tersebut berbeda dengan penelitian [34] yang menunjukkan bahwa kontrol diri juga berpengaruh positif dan signifikan pada penggunaan PayLater. Meskipun terdapat perbedaan hasil penelitian, secara umum arah hubungan antara kontrol diri dan penggunaan PayLater cenderung bersifat negatif. Hal ini menunjukkan bahwa individu dengan tingkat kontrol diri yang lebih tinggi cenderung lebih berhati-hati dan mampu membatasi penggunaan PayLater, terutama pada pengeluaran yang tidak terlalu penting. Berdasarkan penjelasan di atas, hipotesis berikut dirumuskan:

H2: 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. Hal ini di dukung oleh penelitian [35] yang menunjukkan bahwa gaya hidup memengaruhi penggunaan Paylater, dimana individu dengan gaya hidup konsumtif cenderung memilih metode pembayaran yang praktis dan fleksibel. Penelitian [36] juga menemukan bahwa semakin konsumtif gaya hidup seseorang, maka semakin besar kecenderungannya menggunakan Paylater dalam melakukan pembelian. 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]. Sebuah penelitian oleh [18] dan [14] yang menemukan bahwa gaya hidup memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan PayLater oleh Generasi Z. Penelitian [37] menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pengguna Paylater. Karena pola konsumtif dan kebiasaan konsumtif mendorong penggunaan PayLater sebagai bagian dari gaya hidup, hubungan antara gaya hidup dan penggunaan PayLater cenderung positif. Berdasarkan penjelasan di atas, hipotesis berikut dirumuskan:

H3: 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. Hal ini sejalan dengan penelitian [38] yang menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap penggunaan PayLater, di mana nilai-nilai agama menjadi pertimbangan dalam menentukan keputusan penggunaan layanan tersebut. Penelitian [39] menunjukkan bahwa religiusitas, termasuk pemahaman mengenai riba, memengaruhi sikap individu dalam menggunakan Paylater. 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 dianggap sebagai nilai moral yang dapat memperkuat norma subjektif serta persepsi kontrol perilaku. Oleh karena itu, seseorang dengan tingkat religiusitas yang tinggi cenderung lebih berhati-hati dan bertanggung jawab dalam menggunakan Paylater [21]. Penelitian yang dilakukan oleh [19] dan [20] menunjukkan bahwa religiusitas memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap penggunaan Paylater. Temuan tersebut berbeda dengan penelitian [40] yang justru menemukan adanya pengaruh positif dan signifikan religiusitas terhadap penggunaan Paylater. Meskipun terdapat perbedaan hasil penelitian, secara umum arah hubungan antara religiusitas dan penggunaan Paylater cenderung bersifat negatif. Hal ini menunjukkan bahwa seseorang dengan tingkat religiusitas yang lebih tinggi cenderung lebih selektif dan berhati-hati dalam menggunakan Paylater, terutama untuk kebutuhan yang bersifat mendesak. Berdasarkan penjelasan di atas, hipotesis berikut dirumuskan:

H4: Religiusitas Berpengaruh Negatif Terhadap Penggunaan PayLater.

Kerangka Konseptual

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]:

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 :

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].

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 2. 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. Pembelian spontan Pembelian terburu-buru mengabaikan konsekuensi 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. Pengendalian dorongan sesaat Disiplin diri Pengambilan keputusan [44], [45]

Gaya Hidup (X3) Gaya hidup adalah pola aktivitas, minat, dan opini individu yang tercermin dalam cara menjalani kehidupan sehari-hari. Aktivitas Minat Opini [14]

Religiusitas (X4) Religiusitas adalah tingkat keyakinan, pemahaman, pengalaman, serta komitmen individu dalam menjalankan ajaran agamanya dalam kehidupan sehari-hari. Keyakinan Pemahaman Pengalaman 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. Lama penggunaan paylater Kemudahan pengoperasian Kepuasan penggunaan [46]

Teknik Analisis Data

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 [47].

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].

Uji Hipotesis

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

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) [48]. 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

$b_1, b_2, b_3,$ dan b_4 = Koefisien regresi masing-masing variabel

$X_1, X_2, X_3,$ dan X_4 = Variabel independen

e = Standart error

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].

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 [48].

HASIL DAN PEMBAHASAN

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 3. Hasil Uji Validitas

Variabel Item R Hitung R Tabel Keterangan

Perilaku Pembelian Impulsif (X_1) 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

Kontrol Diri (X_2) 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

Gaya Hidup (X_3) 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
 Religiusitas (X4) 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
 Penggunaan Paylater (Y) 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

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 4. 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.

Uji Hipotesis

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 5. 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.

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 6. 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 ditolak 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.

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 sehingga dapat disimpulkan bahwa H4 diterima dan religiusitas berpengaruh terhadap penggunaan PayLater.

Koefisien Determinasi (R²)

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:

Model R R Square Adjusted R Square Std. Error of the Estimate

1 .747a .558 .540 3.54755

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Sumber : Output SPSS data diolah 2026

Dapat diketahui nilai R Square yang diperoleh sebesar 0,558 yang berarti bahwa variabel bebas perilaku 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". 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 dengan penelitian [14] dan [15] yang menyatakan bahwa perilaku pembelian impulsif berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan PayLater.

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 "ditolak". 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 [33]. 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. Sebaliknya, hubungan negatif dapat muncul apabila kontrol diri dimaknai sebagai kemampuan untuk sepenuhnya menghindari utang, sehingga individu dengan kontrol diri tinggi cenderung tidak menggunakan PayLater. 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]. Oleh karena itu, hasil penelitian ini berbeda dari asumsi awal, namun didukung oleh penelitian [34], meskipun tidak sejalan dengan Penelitian [16] dan [17]. Perbedaan ini dapat disebabkan oleh perbedaan dalam memaknai kontrol diri, di mana dalam penelitian ini kontrol diri lebih dipahami sebagai kemampuan mengelola penggunaan, bukan menghindari penggunaan.

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". 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 [18] dan [14] yang menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan PayLater.

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 "diterima". Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang, maka semakin rendah kecenderungan penggunaan PayLater [38]. 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 [39]. 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 [19] dan [20] yang menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penggunaan PayLater.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, maka kesimpulan dari penelitian ini ialah sebagai berikut: Perilaku pembelian impulsif berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan PayLater. Artinya pembelian yang dilakukan secara spontan tanpa perencanaan dapat mempengaruhi penggunaan PayLater. Semakin tinggi kecenderungan pembelian impulsif maka akan semakin tinggi pula penggunaan PayLater.

Kontrol diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan PayLater. Artinya kemampuan seseorang dalam mengendalikan diri dapat mempengaruhi penggunaan PayLater. Semakin baik kontrol diri, maka individu cenderung tetap menggunakan PayLater, namun dengan lebih bijak, terencana, dan terkendali sesuai kebutuhan. Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan PayLater. Artinya gaya hidup yang konsumtif dan mengikuti tren dapat mempengaruhi penggunaan PayLater. Semakin tinggi gaya hidup konsumtif maka akan semakin tinggi pula penggunaan PayLater.

Religiusitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penggunaan PayLater. Artinya tingkat religiusitas dapat mempengaruhi penggunaan PayLater. Semakin tinggi religiusitas maka akan semakin rendah 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.