

The Influence of Spending Habits, Financial Literacy, and Financial Attitude on Purchasing Decisions Using The Shoope Paylater Feature in the Millennial Generation in Sidoarjo District

[Pengaruh Spending Habits, Financial Literacy, dan Financial Attitude terhadap Keputusan Pembelian menggunakan Fitur Shoope Paylater pada Generasi Millennial di Kabupaten Sidoarjo]

Ayu Styta Ningrum¹⁾, Sigit Hermawan ^{*2)}

¹⁾Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾ Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

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

Abstract. *This study investigates the influence of spending habits, financial literacy, and financial attitude on purchasing decisions using the Shoope Paylater feature among millennials in Sidoarjo District. It employs a quantitative approach, analyzing data from 96 respondents through purposive sampling via an online questionnaire and SPSS software. The findings reveal that spending habits positively affect purchasing decisions, with higher spending tendencies leading to increased Shoope Paylater usage. Financial literacy significantly impacts decision-making, as individuals with better financial knowledge use the service more prudently. Additionally, a positive financial attitude is associated with more informed purchasing choices. The study concludes that enhancing financial literacy and fostering a positive financial attitude are essential for effective financial management among millennials using credit services like Shoope Paylater, suggesting that future research should explore additional variables influencing financial behavior in digital credit contexts.*

Keywords – *Spending Habits, Financial Literacy, Financial Attitude, Purchasing Decisions, Shoope Paylater*

Abstrak. *Penelitian ini menyelidiki pengaruh kebiasaan belanja, literasi keuangan, dan sikap keuangan terhadap keputusan pembelian menggunakan fitur Shoope Paylater di kalangan milenial di Kabupaten Sidoarjo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, menganalisis data dari 96 responden melalui pengambilan sampel purposive melalui kuesioner daring dan perangkat lunak SPSS. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa kebiasaan belanja berdampak positif terhadap keputusan pembelian, dengan kecenderungan belanja yang lebih tinggi mengarah pada peningkatan penggunaan Shoope Paylater. Literasi keuangan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan, karena individu dengan pengetahuan keuangan yang lebih baik menggunakan layanan dengan lebih bijaksana. Selain itu, sikap keuangan yang positif dikaitkan dengan pilihan pembelian yang lebih tepat. Penelitian ini menyimpulkan bahwa peningkatan literasi keuangan dan menumbuhkan sikap keuangan yang positif sangat penting untuk manajemen keuangan yang efektif di kalangan milenial yang menggunakan layanan kredit seperti Shoope Paylater*

Kata Kunci *Kebiasaan Belanja, Literasi Keuangan, Sikap Finansial, Keputusan Pembelian, Shoope Paylater*

I. PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, teknologi telah menjadi salah satu komponen yang penting bagi manusia untuk menjalankan aktivitas sehari-hari. Teknologi terus menerus mengalami kemajuan secara berkelanjutan dari tahun ke tahun. Dengan berkembangnya teknologi saat ini sangat menguntungkan bagi masyarakat karena telah membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidup mereka [1]. Internet merupakan salah satu jenis teknologi yang saat ini banyak dimanfaatkan oleh, individu, perusahaan dan organisasi. Kehadiran internet tidak hanya berperan sebagai sarana komunikasi, tetapi juga akan mempengaruhi perilaku konsumen saat berbelanja online. Internet memiliki fungsi sebagai alat yang dapat membantu kegiatan pemasaran perusahaan. Oleh karena itu perusahaan berupaya memberikan layanan yang terbaik kepada konsumen, dan salah satu layanan yang saat ini banyak diakses melalui internet adalah e-commerce [2].

E-commerce adalah proses pembelian dan penjualan barang atau jasa yang dilakukan menggunakan internet [3]. Di kawasan asia tenggara, Indonesia menjadi pasar e-commerce yang mengalami perkembangan yang pesat berkat dukungan dari populasi yang sangat besar dan konektivitas internet yang tinggi [4]. Salah satu layanan e-commerce yang berhasil mendominasi pasar Indonesia adalah Shopee. Shopee menjadi kategori platfrom e-commerce dengan

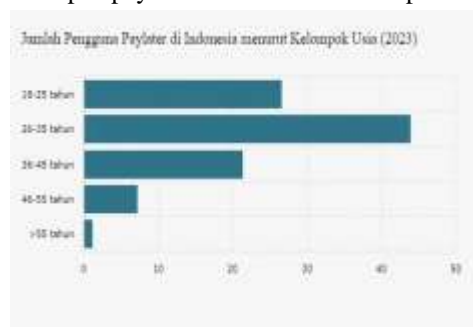
jumlah kunjungan website paling banyak di Indonesia pada tahun 2023. Berikut ini merupakan gambaran *e-commerce* dengan kunjungan yang paling sering digunakan di Indonesia.



Gambar 1. Data e-commerce yang sering dikunjungi.
Sumber gambar : Databoks

Berdasarkan gambar 1. diatas menunjukkan bahwa shopee menjadi kategori platform e-commerce dengan jumlah kunjungan website paling banyak di Indonesia pada tahun 2023. Selama periode bulan januari hingga bulan desember tahun 2023, website shopee berhasil meraih sekitar 2,3 miliar kunjungan, jumlah ini secara signifikan jauh melebihi pesaing-pesaingnya. Pada jangka waktu yang sama, website tokopedia mencatat sekitar 1,2 miliar kunjungan, sementara itu situs lazada memperoleh 762,4 juta kunjungan [5]. Data ini menunjukkan bahwa shopee menduduki posisi teratas dalam persaingan pasar e-commerce di Indonesia, berdasarkan dari tingginya trafik pengguna yang mengakses platform tersebut.

Shopee adalah sebuah platform e-commerce yang memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi jual beli secara online. Platform ini berfokus pada penggunaan melalui perangkat mobile, sehingga memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi konsumen dalam mencari serta membeli berbagai kebutuhan sehari-hari kapan saja dan dimana saja [6]. Metode pembayaran yang ditawarkan shopee juga beragam, seperti shopeepay, seabank, shopee paylater, transfer bank, dan pembayaran ditempat (cash on delivery/cod). Salah satu fitur yang menarik dari metode pembayaran shopee adalah tersedianya opsi shopee paylater. shopee paylater menjadi salah satu fitur yang menarik perhatian karena memberikan keleluasan bagi pengguna dalam mengatur waktu pembayaran. Fitur shopee paylater adalah metode pembayaran kredit digital yang tersedia pada platform shopee, dimana perusahaan tersebut menyediakan pinjaman terhadap pengguna untuk membeli barang yang mereka inginkan [7]. Dengan hadirnya fitur ini, konsumen dapat melakukan pembelian produk terlebih dahulu dan membayarnya dikemudian hari, baik secara penuh dibulan berikutnya atau melalui cicilan bulanan. Melalui kemudahan ini, konsumen tetap dapat memenuhi kebutuhan konsumsi meskipun belum memiliki dana secara langsung saat melakukan transaksi. Sistem pembayaran ini memiliki mekanisme yang hampir serupa dengan kartu kredit dimana pengguna akan dikenakan bunga serta memiliki batas kredit dengan ketentuan tanggal jatuh tempo. Namun, perbedaan utama terletak pada proses pendaftarannya yang lebih mudah dan cepat tanpa perlu melalui prosedur verifikasi yang rumit [8]. Dengan demikian, fitur ini menjadi solusi yang mudah diakses oleh masyarakat, terutama generasi muda yang menginginkan kenyamanan dalam bertransaksi namun belum memiliki akses terhadap layanan kredit digital formal. Terdapat beberapa kasus yang viral dibicarakan disosial media saat ini mengenai penggunaan layanan fitur shopee paylater. Data menunjukkan bahwa total hutang pengguna shopee paylater meraih Rp 6,81 triliun per Mei 2024. Agusman sebagai anggota Dewan Komisiner Otoritas Jasa Keuangan menyampaikan bahwa total piutang pembiayaan melalui layanan shopee paylater mengalami peningkatan yang tinggi sebesar 33,64%. dibandingkan dengan tahun sebelumnya [9]. Berdasarkan hasil survei Kata data Insight Center (KIC) yang bekerja sama dengan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), generasi millennial tercatat sebagai pengguna layanan shopee paylater terbanyak di Indonesia. Berikut ini merupakan gambaran yang menunjukkan perbandingan tingkat penggunaan shopee paylater berdasarkan kelompok usia.



Gambar 2. Data jumlah pengguna paylater
Sumber gambar : Databoks

Seperti yang ditunjukkan dalam gambar 2 metode pembayaran shopee paylater adalah pilihan yang paling banyak digunakan oleh generasi millennial. Sebanyak 43,9% pengguna layanan shopee paylater berasal dari generasi millennial atau yang berusia 26-35 tahun. 26,5% pengguna dari kalangan gen z atau kelompok usia 18-25 tahun [10]. Data ini mengindikasikan bahwa generasi millennial memiliki kecenderungan yang tinggi untuk memanfaatkan layanan kredit digital seperti shopee paylater dalam kegiatan konsumsi sehari-hari. Hal ini menguatkan relevansi fokus penelitian ini pada generasi millennial di Kabupaten Sidoarjo karena kelompok usia ini memiliki kecenderungan konsumsi yang tinggi, daya beli yang kuat, namun disisi lain juga rentan terhadap perilaku keuangan yang kurang bijak akibat dari tekanan gaya hidup dan kemudahan akses kredit digital.

Spending Habits adalah kebiasaan seseorang dalam mengeluarkan atau membelanjakan uang yang seringkali dilakukan tanpa disadari dan terkait dengan kebiasaan [11]. Untuk mengubah kebiasaan buruk tersebut, seseorang perlu memahami pola pengeluarannya dan mengetahui apa yang menjadi pemicunya. Kebiasaan pengeluaran ini dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, yakni seperti lingkungan, pertemanan dan kebiasaan keluarga [12]. Oleh karena itu, penting bagi seseorang untuk menetapkan skala prioritas serta memiliki perencanaan dan anggaran yang baik dalam hal keuangan. Maka financial literacy yang efektif sangat dibutuhkan agar seseorang mampu mengelola keuangannya dengan baik [13].

Financial literacy adalah pemahaman dan kemampuan seseorang dalam membuat keputusan yang berdampak pada pengelolaan keuangan pribadi [14]. Setiap orang perlu memiliki wawasan dan pemahaman mengenai keuangan pribadi agar dapat mengambil keputusan yang benar. Hal ini menjadi sangat penting bagi masyarakat terutama generasi millennial yang kerap terpapar berbagai iklan dan tawaran online yang berpotensi mendorong perilaku konsumtif. Oleh karena itu financial literacy menjadi sesuatu hal yang wajib dan penting bagi seseorang agar terlepas dari masalah keuangan. Financial literacy, financial attitude juga wajib bagi seseorang agar orang tersebut memiliki cara pandang, pola pikir dan sikap bijaksana dalam mengelola keuangannya dengan baik.

Financial attitude adalah sikap seseorang dalam mengelola keuangan yang dapat terlihat dari cara berpikir, bersikap dan membuat keputusan terkait keuangan [15]. Financial attitude berkaitan dengan cara seseorang dalam mengambil keputusan dan bertindak dalam mengelola keuangannya [16]. Seseorang yang mempunyai financial attitude yang baik mereka akan cenderung lebih bijak dalam menggunakan fasilitas kredit atau pinjaman seperti shopee paylater, namun sebaliknya, konsumen dengan financial attitude yang kurang baik mungkin akan menggunakan shopee paylater secara impulsif, dengan hal ini berpotensi meningkatkan resiko munculnya isu keuangan di masa depan.

Teori yang digunakan oleh peneliti sebagai dasar dalam penelitian ini adalah teori perilaku konsumen dan teori perilaku terencana. Mengacu pada penelitian lain teori perilaku konsumen menggambarkan bagaimana perilaku konsumen dalam mencari, membeli, memanfaatkan dan mengeluarkan uang untuk barang atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan hidup mereka [17]. Sementara itu, teori perilaku terencana menjelaskan bahwa tindakan seseorang dipengaruhi oleh niat yang terbentuk dari 3 faktor yakni sikap perilaku, tekanan sosial dan persepsi kontrol perilaku [18].

Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya yang telah dilakukan dalam menganalisis pengaruh dari spending habits terhadap keputusan pembelian menggunakan fitur shopee paylater [19]. Penelitian tersebut memiliki kesamaan pada penelitian ini yang terletak pada variabel independen yakni kebiasaan berbelanja (spending habits) dan variabel dependen yakni keputusan pembelian menggunakan fitur shopee paylater. Sedangkan perbedaan yang terdapat dalam penelitian tersebut ialah tidak menyertakan variabel independen yaitu financial literacy dan financial attitude, serta beberapa variabel lainnya yang ada dalam penelitian ini. Oleh karena itu, penambahan variabel tersebut didukung oleh penelitian yang berjudul "pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, financial attitude dan pengendalian diri terhadap perilaku manajemen keuangan". Didalam penelitian tersebut literasi keuangan dan financial attitude secara signifikan berpengaruh signifikan terhadap perilaku manajemen keuangan pengguna shopee paylater [20]. Pada penelitian ini peneliti juga mempunyai keterbaruan dalam hal cakupan objek. Pada objek penelitian terdahulu hanya berfokus pada generasi z di lingkungan universitas, sedangkan pada penelitian ini berfokus pada generasi millennial yang mencakup 1 kabupaten.

Berdasarkan penjelasan diatas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh spending habits, financial literacy, dan financial attitude terhadap keputusan pembelian menggunakan fitur shopee paylater. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat serta menyumbangkan ide atau gagasan baru yang berkaitan dengan ilmu akuntansi dan dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian berikutnya.

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pengaruh Spending Habits Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Fitur Shopee Paylater

Pada penelitian sebelumnya telah meneliti bagaimana kebiasaan belanja (spending habits) memiliki pengaruh dan signifikan terhadap minat pembelian di e-commerce [19]. Spending habits memiliki pengaruh dikarenakan kosumen banyak yang lebih memilih berbelanja online daripada datang ke toko atau offline. Hal tersebut dikarenakan banyaknya kemudahan yang diberikan, termasuk fitur shopee paylater yang mendorong perilaku konsumtif dimasyarakat.

H1 : Spending habits Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Fitur Shopee Paylater

Pengaruh Financial Literacy Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Fitur Shopee Paylater

Teori perilaku konsumen merupakan teori yang mempelajari bagaimana cara konsumen menemukan, menentukan, membelanjakan, memanfaatkan produk dan jasa untuk mencukupi kebutuhan dan keinginannya [21]. Perilaku konsumen berpotensi muncul dari adanya interaksi antara faktor lingkungan dan individu. Dalam proses ini, sosialisasi antar individu memungkinkan terjadinya pertukaran dan interaksi perilaku [22].

Pada penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti lain mengindikasikan bahwa financial literacy berpengaruh signifikan terhadap financial literacy [23]. Artinya, semakin besar tingkat pengetahuan seseorang mengenai financial literacy, maka semakin besar kemungkinan mereka untuk mengembangkan perilaku keuangan yang positif.

H2 : Financial Literacy Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Fitur Shopee Paylater

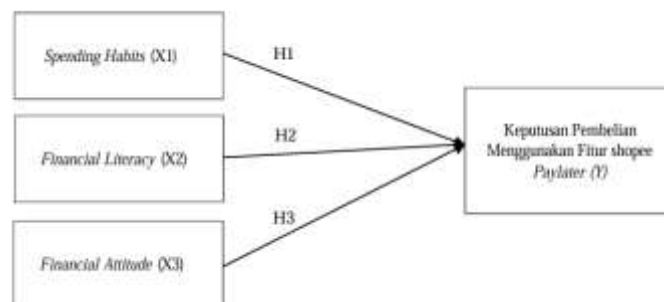
Pengaruh Financial Attitude Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Fitur Shopee Paylater

Grand theory yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori perilaku terencana (theory of planned behavior). Teori ini diperluas oleh Ajzen pada tahun 1991 yang merupakan perkembangan dari theory of reasoned action. Pada teori perilaku terencana dijelaskan bahwa perilaku yang dihasilkan oleh seseorang akan muncul karena adanya keinginan dan tindakan [24]. Niat atau keinginan untuk berperilaku dipengaruhi oleh tiga jenis keyakinan yakni meliputi keyakinan tentang perilaku yang membentuk sikap, kepercayaan normatif yang membentuk norma subjektif, dan kepercayaan kontrol yang membentuk kontrol perilaku persepsian [25]. Hubungan antara teori perilaku terencana dengan penelitian ini terletak pada pengaruhnya terhadap cara individu merencanakan perilaku keuangan mereka. Teori ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi pengetahuan dan kecerdasan financial seseorang, maka semakin baik juga perilaku. Maka dari itu dapat ditarik kesimpulan bahwa teori ini memiliki peran yang sangat penting dalam membuat seseorang memahami dan meningkatkan kemampuan financial literacy, yang memiliki peran dalam mendukung kesejahteraan finansial mereka.

Berdasarkan dari hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa financial attitude memiliki pengaruh yang signifikan pada perilaku manajemen keuangan [20]. Artinya jika financial attitude pengguna shopee paylater meningkat, maka perilaku manajemen keuangan mereka juga akan mengalami peningkatan. Dengan kata lain, semakin baik financial attitude seseorang, maka semakin baik pula perilaku manajemen keuangannya.

H3 : Financial Attitude Berpengaruh Pada Keputusan Pembelian Menggunakan Fitur Shopee Paylater

KERANGKA KONSEPTUAL



Gambar 3. Kerangka Konseptual

II. METODE

A. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan kausalitas. Metode kuantitatif kausalitas adalah metode penelitian yang ditujukan untuk menyimpulkan hubungan sebab-akibat atau pengaruh antar variabel yang diteliti [26].

Definisi Variabel, Identifikasi Variabel Dan Indikator Variabel

Spending Habits (X1) adalah kebiasaan seseorang dalam membelanjakan uang untuk memenuhi berbagai keinginan yang seringkali menunjukkan pola pengeluaran yang berlebihan atau konsumtif [27]. Indikator spending habits berdasarkan pandangan [28] :

1. Pandangan perencanaan, mengacu pada rencana yang dibuat oleh seseorang dalam mengeluarkan uang
2. Pandangan menabung, mengacu pada kebiasaan individu dalam menyisihkan sebagian pendapatannya untuk kepentingan dimasa mendatang.
3. Pandangan membeli, mengacu pada cara seseorang dalam melakukan transaksi untuk memperoleh barang dan jasa

Copyright © Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. This preprint is protected by copyright held by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo and is distributed under the Creative Commons Attribution License (CC BY). Users may share, distribute, or reproduce the work as long as the original author(s) and copyright holder are credited, and the preprint server is cited per academic standards.

Authors retain the right to publish their work in academic journals where copyright remains with them. Any use, distribution, or reproduction that does not comply with these terms is not permitted.

Financial Literacy (X2) adalah kemampuan yang dimiliki seseorang dalam memahami dan membuat keputusan terkait keuangan pribadi [29]. Indikator financial literacy berdasarkan pandangan [30]:

1. Pemahaman tentang pendapatan
2. Pemahaman Pengelolaan keuangan pribadi
3. Pemahaman tentang Investasi
4. Pemahaman akan utang.

Financial Attitude (X3) adalah penilaian, pendapat atau perilaku seseorang terhadap uang dan pengelolaannya yang diterapkan kedalam sikap [31]. Indikator financial attitude meliputi [32]:

1. Obsesi (obsession), menggambarkan sikap seseorang terhadap uang dan bagaimana mereka melihat masa depan untuk mengelola keuangan mereka secara efektif.
2. Kekuasaan (power), menggambarkan seseorang yang percaya bahwa uang dapat menyelesaikan masalah dan menggunakannya sebagai alat untuk memanipulasi orang lain. Menggunakan sumber daya keuangan untuk mengatasi masalah.
3. Upaya (effort), menggambarkan seseorang yang percaya bahwa mereka harus dikompensasi atas tindakan mereka.
4. Kekurangan (Inadequacy), menggambarkan seseorang yang terus-menerus merasa tidak memiliki cukup uang.

Keputusan pembelian menggunakan fitur shopee paylater (Y) merupakan tahapan atau proses pengambilan keputusan di mana konsumen benar-benar melakukan transaksi jual beli menggunakan layanan tersebut [33]. Indikator keputusan pembelian menggunakan shopee paylater berdasarkan pandangan [33]:

1. Memiliki niat untuk menggunakan shopee paylater.
2. Memakai shopee paylater sebagai metode pembayaran.
3. Meminta atau mendorong orang lain memakai shopee paylater

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari sumber pertama melalui instrumen penelitian [34]. Pada penelitian ini pengumpulan data primer dilakukan dengan melakukan penyebaran kuisioner secara online melalui google form, yang bertujuan untuk menjangkau responden yang merupakan generasi millennial pengguna shopee paylater di Kabupaten Sidoarjo.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah kumpulan seluruh unit observasi yang memenuhi kriteria atau fenomena yang telah ditentukan terlebih dahulu, dan dengan demikian populasi merupakan rujukan utama untuk menarik kesimpulan mengenai fenomena tersebut [35]. Dalam penelitian ini, populasi yang akan diteliti mencakup seluruh individu generasi millennial yang merupakan pengguna aktif layanan shopee paylater dan berdomisili di wilayah kabupaten Sidoarjo.

Dalam penelitian ini, besarnya jumlah populasi belum diketahui secara pasti. Berdasarkan data statistik terbaru, jumlah Jumlah penduduk usia produktif di Kabupaten Sidoarjo pada tahun 2024 mencapai sekitar 67,42% dari total populasi [36]. Namun peneliti tidak dapat memastikan secara pasti berapa jumlah penduduk generasi millennial yang berusia 28 – 43 tahun yang berdomisili di Sidoarjo yang berpotensi memenuhi kriteria atau objek penelitian. Oleh karena itu, peneliti menggunakan rumus Lemeshow untuk menentukan ukuran atau jumlah sampel [37].

$$n = \frac{z^2 P(1 - P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Total sampel

z = Skor Z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = Maksimal estimasi 50% = 0,5

D = Alpha (0,10) atau sampling eror 10%

Berdasarkan rumus diatas, tingkat alpha yang digunakan dalam penelitian ini adalah 95% atau 1,96. Total populasi yang belum diketahui adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{z^2 P(1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{Z^2 \times P(1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 (1 - 0,5)}{0,10^2}$$

$$n = \frac{38461 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Mengacu pada hasil perhitungan tersebut, maka jumlah sampel yang dibutuhkan pada penelitian ini adalah sejumlah 96 sampel. Data pada penelitian ini dikumpulkan melalui pengumpulan kuisioner yang dilakukan secara online dan disebarakan melalui google form. Kuisioner tersebut diatur menggunakan skala likert 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju), yang bertujuan untuk mengukur perspektif, perilaku, dan persepsi dari individu atau kelompok [38].

Metode Analisis Data

Teknik analisis data yang diterapkan dalam penelitian ini merupakan analisis data kuantitatif yang akan diproses menggunakan software SPSS Versi 23. Dalam penelitian ini melibatkan serangkaian pengujian statistik yang terstruktur. Diawali dengan melakukan uji kualitas data yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas, selanjutnya melakukan uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, untuk tahap yang terakhir adalah melakukan uji hipotesis yang mencakup uji analisis regresi linier berganda, uji t (uji parsial), dan uji koefisien determinasi.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indicator	r hitung	Sig	r tabel (0.05)	Keterangan
Spending Habits	X1.1	0,8	0	0,199	Valid
	X1.2	0,647	0	0,199	Valid
	X1.3	0,726	0	0,199	Valid
	X1.4	0,673	0	0,199	Valid
Financial Literacy	X2.1	0,7	0	0,199	Valid
	X2.2	0,781	0	0,199	Valid
	X2.3	0,744	0	0,199	Valid
	X2.4	0,744	0	0,199	Valid
Financial Attitude	X3.1	0,628	0	0,199	Valid
	X3.2	0,741	0	0,199	Valid
	X3.3	0,739	0	0,199	Valid
	X3.4	0,665	0	0,199	Valid
Keputusan Pembelian	Y1	0,756	0	0,199	Valid
	Y2	0,85	0	0,199	Valid
	Y3	0,834	0	0,199	Valid
	Y4	0,813	0	0,199	Valid

Sumber : Diringkas oleh peneliti

Berdasarkan hasil uji validitas yang ditampilkan pada Tabel 1, terlihat bahwa seluruh indikator pada masing- masing variabel menunjukkan nilai koefisien korelasi (r hitung) yang lebih besar daripada nilai r tabel, yaitu sebesar 0,199. Hal ini menunjukkan bahwa semua item pernyataan pada variabel spending habits (kebiasaan belanja), financial literacy

Copyright © Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. This preprint is protected by copyright held by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo and is distributed under the Creative Commons Attribution License (CC BY). Users may share, distribute, or reproduce the work as long as the original author(s) and copyright holder are credited, and the preprint server is cited per academic standards.

Authors retain the right to publish their work in academic journals where copyright remains with them. Any use, distribution, or reproduction that does not comply with these terms is not permitted.

(literasi keuangan), dan financial attitude (sikap keuangan) memiliki korelasi yang signifikan dengan total skor, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item dinyatakan valid dan layak untuk digunakan dalam tahap analisis atau pengujian selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha Hitung	Cronbach's Alpha Minimum	Keterangan
Spending Habits (X1)	0,668	0,6	Reliabel
Financial Literacy (X2)	0,795	0,6	Reliabel
Financial Attitude (X3)	0,633	0,6	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,818	0,6	Reliabel

Sumber : Diringkas oleh peneliti

Berdasarkan hasil uji reliabilitas menggunakan cronbach' alpha yang disajikan pada tabel 2. Diatas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's alpha untuk variabel spending habits (X1) adalah 0,668, variabel financial literacy (X2) adalah 0,795, financial attitude adalah 0,633 dan variabel keputusan pembelian (Y) adalah 0,818. Nilai tersebut berada diatas angka 0,6 yang merupakan batas minimum umum yang menyatakan bahwa suatu instrumen bersifat reliabel [39]. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan dari masing masing variabel dalam kuesioner telah memenuhi kriteria reliabilitas dan dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas

Tabel 3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,11188371
Most Extreme Differences	Absolute	,084
	Positive	,053
	Negative	-,084
Test Statistic		,084
Asymp. Sig. (2-tailed)		,090 ^c

Sumber : Output Spss ver. 23

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan hasil uji normalitas yang telah dilakukan dengan menggunakan One-sample Kolmogorov- Sminov Test yang disajikan pada tabel 3. Diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,090. Berdasarkan ketentuan yang telah ditetapkan, data dikatakan berdistribusi normal apabila uji normalitas memiliki nilai signifikansi < 0,005

(lebih besar dari 0,005) Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua data dalam penelitian ini berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2,726	1,575		1,731	,087
	Spending Habits	-,196	,663	-,048	-,296	,768
	Financial Literacy	,608	,810	,117	,750	,455
	Financial Attitude	-1,098	,679	-,228	-1,616	,110

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Output Spss ver. 23

Berdasarkan hasil pengujian yang telah disajikan pada tabel 4. Diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi (sig) untuk variabel spending habits (X1) adalah 0,768, variabel financial literacy (X2) adalah 0,455 dan variabel financial attitude (X3) adalah 0,110. Dikarenakan ketiga nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

Uji Multikolinieritas

Tabel 5. Uji Multikolinieritas

		Coefficients ^a	
		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	Spending Habits	,389	2,570
	Financial Literacy	,410	2,441
	Financial Attitude	,520	1,922

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Output Spss ver. 23

Berdasarkan hasil pengujian yang telah disajikan pada tabel 5. Diatas menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas memiliki nilai VIF dibawah 10 dan nilai tolerance diatas 0,1. Dari hasil tabel tersebut menegaskan bahwa estimasi koefien regresi bersifat konsisten dan dapat diandalkan, sehingga makna atau interpretasi dari masing-masing variabel independen dalam model dapat dianggap valid dan relevan.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 5. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	-3,568	,406		-8,789	,000
	Spending Habits	,364	,033	,296	11,003	,000
	Financial Literacy	,721	,025	,723	29,103	,000
	Financial Attitude	,072	,029	,047	2,519	,013

a. Dependent Variable: Y

Copyright © Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. This preprint is protected by copyright held by Universitas Muhammadiyah Sidoarjo and is distributed under the Creative Commons Attribution License (CC BY). Users may share, distribute, or reproduce the work as long as the original author(s) and copyright holder are credited, and the preprint server is cited per academic standards.

Authors retain the right to publish their work in academic journals where copyright remains with them. Any use, distribution, or reproduction that does not comply with these terms is not permitted.

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda yang ditampilkan dalam tabel 5, diperoleh persamaan regresi $Y = -3,568 + 0,364(X1) + 0,721(X2) + 0,072(X3)$. Nilai konstanta bernilai negatif, yaitu $-3,568$ artinya *spending habits*, *financial literacy* dan *financial attitude* bernilai 0 maka keputusan pembelian menggunakan fitur shopee *paylater* akan cenderung mengalami penurunan sebesar $-3,568$. Nilai koefisien regresi variabel *spending habits* ($X1$) sebesar $0,364$ menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan *spending habits* maka keputusan pembelian menggunakan fitur shopee *paylater* akan meningkat sebesar $0,364$. Nilai koefisien regresi variabel *financial literacy* ($X2$) sebesar $0,721$ menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan *financial literacy* maka keputusan pembelian menggunakan fitur shopee *paylater* akan meningkat sebesar $0,71$. Nilai koefisien regresi variabel *financial attitude* ($X3$) sebesar $0,072$ menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu-satuan *financial literacy* maka keputusan pembelian menggunakan fitur shopee *paylater* akan meningkat sebesar $0,072$.

Uji T

Tabel 6. Hasil Uji T
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	-3,568	,443		-8,057	,000
	Spending Habits	,364	,036	,295	10,086	,000
	Financial Literacy	,721	,027	,722	26,677	,000
	Financial Attitude	,072	,031	,046	2,309	,023

a. Dependent Variabel :Y

Sumber : Output Spss ver. 23

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 6, diperoleh bahwa semua variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen dalam model regresi. variabel *spending habits* memiliki koefisien $0,364$, nilai *t-statistic* sebesar $10,086$, dengan nilai signifikansi sebesar $0,000$ hal ini menunjukkan adanya pengaruh signifikan. Variabel *financial literacy* memiliki nilai koefisien $0,721$, *t-statistic* $26,677$, dan *p-value* $0,000$ hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan. Kemudian variabel *financial attitude* memiliki hasil koefisien sebesar $0,072$, *t-statistic* $2,309$, dan *p-value* $0,023$ menunjukkan pengaruh yang signifikan. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen menunjukkan nilai $> 0,05$ yang mengindikasikan bahwa seluruh variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,986 ^a	,972	,971	,69787

a. Predictors : (Constant), Spending Habits, Financial attitude, Financial Literacy

Sumber : Output Spss ver. 23

Berdasarkan tabel 7, diketahui bahwa nilai koefisien determinasi atau adjust R square sebesar $0,505$ atau setara dengan $50,5\%$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *spending habits* ($X1$), *financial literacy* ($X2$), *financial attitude* ($X3$) terhadap keputusan pembelian menggunakan fitur shopee *paylater* (Y) sebesar $50,5\%$. Sementara itu, sisanya sebesar $49,5\%$ dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh *Spending Habits* Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Fitur Shopee *Paylater*

Berdasarkan hasil uji statistik diatas menunjukkan bahwa variabel *spending habits* atau kebiasaan belanja berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan fitur shopee *paylater*. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel *spending habits* memiliki koefisien regresi sebesar $0,364$, nilai *t-statistic* $10,086$ dan *p-*

value 0,000. Koefisien tersebut mengindikasikan bahwa setiap peningkatan dalam kebiasaan berbelanja (*spending habits*) akan diikuti dengan peningkatan kecenderungan seseorang untuk melakukan pembelian. Pada Hal ini menunjukkan bahwa semakin kuat atau intens kebiasaan seseorang dalam berbelanja, maka semakin besar pula kecenderungannya untuk menggunakan metode pembayaran cicilan seperti shopee *paylater*. Fitur ini memungkinkan konsumen untuk tetap memenuhi keinginannya dalam berbelanja meskipun belum memiliki dana tunai secara langsung, sesuai dengan karakteristik individu dengan *spending habits* tinggi. Konsumen yang memiliki kebiasaan belanja tertentu, seperti senang belanja online, sering mencari promo, atau terbiasa melakukan cicilan, akan lebih mudah merasa puas saat menggunakan layanan seperti shopee *paylater* karena layanan ini sesuai dengan pola belanja mereka yang memberikan kemudahan akses dan fleksibilitas pembayaran. Dengan adanya kemudahan dalam bertransaksi menggunakan metode pembayaran elektronik ini akan membuat seseorang lebih mudah membelanjakan uangnya yang mana akan menawarkan gaya hidup untuk lebih efisien atau konsumtif. Pengkonsumsian suatu barang sudah tidak lagi sebagai alat pemenuhan kebutuhan manusia namun sebagai alat untuk pemuas keinginan [40]. Hasil dari penelitian ini juga sejalan dengan beberapa penelitian atau temuan terdahulu dari peneliti [40], [41], [42], [43] yang menyatakan bahwa *spending habits* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan fitur shopee *paylater*.

Pengaruh *Financial Literacy* Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Fitur Shopee *Paylater*.

Berdasarkan hasil uji statistik diatas menunjukkan bahwa variabel *financial literacy* atau literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan fitur shopee *paylater*. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel *financial literacy* memiliki koefisien regresi sebesar 0,721, nilai *t-statistic* 26,677 dan *p-value* 0,000. Koefisien tersebut mengindikasikan bahwa, semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki oleh seseorang, maka semakin besar pula kemungkinan mereka untuk menggunakan shopee *paylater* secara sadar dan terencana. Hasil temuan ini menunjukkan bahwa tingkat pemahaman seseorang terhadap konsep keuangan seperti manajemen utang, bunga risiko dan pengelolaan anggaran berkontribusi terhadap keputusan mereka dalam menggunakan layanan shopee *paylater*. Konsumen dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung lebih berhati-hati dalam membuat keputusan keuangan yang lebih tepat dan menetapkan prioritas untuk kebutuhan mereka. Sehingga, saat memutuskan untuk membeli suatu barang di *marketplace*, mereka hanya membeli barang yang memiliki manfaat dalam jangka panjang dan sesuai kebutuhannya. Konsumen dengan karakteristik ini mampu untuk memberi batasan dalam diri untuk mengubah pola pikir dalam bertindak dan menghindari masalah keuangan dengan mengurangi pola hidup konsumtif. Semakin tinggi pengetahuan keuangan dan keahlian seseorang dalam mengimplementasikan aspek-aspek literasi keuangan, seperti pengetahuan keuangan dasar, tabungan, pinjaman, dan asuransi, maka akan semakin bijaksana dan efektif dalam pengelolaan keuangan mereka, namun berbanding terbalik dengan seseorang yang memiliki tingkat literasi keuangan yang rendah, seseorang dengan tingkat literasi keuangan yang rendah, cenderung lebih bersikap implusif, kurang mempertimbangkan konsekuensi *financial* yang akan mengakibatkan berbagai masalah keuangan, dan kesulitan dalam menabung atau berinvestasi. Masyarakat dengan tingkat literasi keuangan yang rendah akan cenderung lebih rentan terhadap produk keuangan yang tidak aman dan juga kurang mampu dalam mengelola keuangan secara efektif dan efisien [44]. Hasil dari penelitian ini sesuai dengan teori perilaku konsumen, yang menyatakan bahwa keputusan konsumen dipengaruhi oleh faktor internal (seperti sikap, persepsi, pengetahuan) dan faktor internal (seperti stimulus pemasaran dan lingkungan sosial) [45]. Dalam hal ini, literasi keuangan merupakan bagian dari faktor internal berupa pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen. Tingkat pengetahuan *financial* tersebut akan memengaruhi persepsi risiko, evaluasi alternatif, serta keputusan akhir dalam menggunakan layanan pembiayaan seperti shopee *paylater*. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan yang telah ditemukan oleh penelitian sebelumnya oleh peneliti [43], [46], [47], [48] yang menyatakan bahwa *financial literacy* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan fitur shopee *paylater*.

Pengaruh *Financial Attitude* Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Fitur Shopee *Paylater*

Berdasarkan hasil uji statistik diatas diketahui bahwa variabel *financial attitude* (sikap keuangan) memiliki nilai koefisien sebesar 0,072 nilai *t-statistic* sebesar 2,309 dan nilai *p-value* sebesar 0,023. Hal ini memiliki arti bahwa variabel *financial attitude* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan fitur shopee *paylater*. Berdasarkan hasil penyebaran kuisioner yang telah dilakukan dalam penelitian, responden memiliki perencanaan dan dapat mengendalikan pengeluaran setiap bulan dan memiliki keinginan untuk menabung, sehingga mampu melakukan evaluasi terhadap kondisi keuangan dengan bijaksana. Hal ini menunjukkan sikap bahwa semakin baik sikap keuangan seseorang, maka akan semakin tinggi kemungkinan mereka untuk lebih selektif dan bijaksana dalam mengelola keuangan pribadinya, termasuk dalam pengambilan keputusan untuk menggunakan layanan kredit digital seperti shopee *paylater*. Sikap keuangan yang biasanya berawal dari terjadinya pemahaman dasar mengenai prinsip-prinsip keuangan seperti pentingnya penganggaran, pengendalian pengeluaran, serta kesadaran terhadap tanggung jawab *financial*. Dengan memiliki *financial attitude* yang baik, seseorang akan lebih mampu menahan diri dari perilaku konsumtif yang berlebihan dan lebih mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang dari penggunaan layanan seperti shopee *paylater*. Meskipun shopee *paylater* memberikan kemudahan dalam bertransaksi, seseorang dengan *financial attitude* yang baik akan cenderung lebih selektif dalam penggunaannya karena mereka akan lebih mempertimbangkan

risiko dan manfaat sebelum memutuskan untuk membeli produk dengan metode cicilan. Dalam konteks ini, *financial attitude* tidak hanya mempengaruhi keputusan pembelian, tetapi juga menjadi pondasi penting dalam membentuk perilaku pengelolaan keuangan yang sehat. Temuan ini sejalan dengan teori perilaku terencana, yang menyatakan bahwa sikap terhadap perilaku berpengaruh langsung terhadap niat untuk melakukan suatu tindakan [49]. *Financial attitude* yang positif akan memperkuat niat konsumen untuk mengelola keuangan secara rasional, sehingga penggunaan *shopee paylater* dilakukan dengan pertimbangan yang matang, bukan impulsif. Dengan demikian *financial attitude* berperan penting dalam membentuk keputusan pembelian yang lebih terkontrol. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan yang telah ditemukan oleh peneliti [50], [51], [52] yang menunjukkan bahwa *financial attitude* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan fitur *shopee paylater*.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan pada generasi millennial di Kabupaten Sidoarjo, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Spending habits berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan fitur *shopee paylater* pada generasi millennial di kabupaten Sidoarjo. Artinya bahwa semakin tinggi penggunaan *shopee paylater* maka akan sangat berpengaruh atau berdampak pada kebiasaan mengeluarkan atau membelanjakan uang.
2. Financial literacy berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian menggunakan fitur *shopee paylater*. Artinya bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, maka semakin besar pula kecenderungannya dalam menggunakan *shopee paylater* dengan cara yang cerdas dan terencana. Individu dengan pemahaman keuangan yang baik dapat memanfaatkan fasilitas *paylater* sebagai strategi pengelolaan keuangan yang efektif, bukan sekadar untuk konsumsi impulsif.
3. Financial attitude berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan fitur *shopee paylater*. Artinya bahwa semakin positif sikap keuangan seseorang, maka semakin besar kemungkinan mereka untuk menggunakan fitur *shopee paylater* secara bijak. Sikap yang baik terhadap pengelolaan uang dan perencanaan keuangan membuat individu mampu menilai risiko dan manfaat dari penggunaan kredit digital.

Saran

Saran dalam penelitian ini adalah bagi generasi millennial di Kabupaten Sidoarjo diharapkan dapat meningkatkan literasi keuangan agar tidak keliru dalam mengelola keuangan pribadi dan lebih bijak dalam menggunakan fitur *shopee paylater*. Meskipun fitur ini memberikan kemudahan dalam bertransaksi, konsumen perlu memastikan bahwa penggunaan fasilitas kredit digital tetap berada dalam batas kemampuan finansial, agar tidak menimbulkan beban utang yang berlebihan di masa mendatang.

Bagi pihak *shopee* dan layanan *paylater* perlu meningkatkan edukasi terkait keuangan kepada pengguna melalui fitur notifikasi edukatif, batasan belanja berdasarkan penghasilan serta laporan keuangan bulanan yang dapat membantu pengguna untuk mengevaluasi perilaku konsumsi mereka. Hal ini akan memberikan dampak positif bagi keberlanjutan penggunaan *paylater* yang sehat dan bertanggung jawab. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian yang dilakukan, misalnya menerapkan metode lain seperti moderasi, intervensi atau yang lainnya. Serta peneliti selanjutnya dapat mengeksplor lebih jauh dan juga menambahkan variabel lain misalnya *emotional spending*, pengalaman keuangan dan lain sebagainya yang berhubungan dengan penelitian.

UCAPAN TERIMA KASIH

Saya selaku penulis, mengucapkan segala puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunianya dan memberikan segala kemudahan sehingga saya mampu menyelesaikan artikel ini dengan lancar. Dalam kesempatan ini saya mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua saya (Abd. Ghofar & Lik'Anah) orang hebat yang selalu menjadi penyemangat hidup saya, yang tidak pernah lelah mendoakan, mendukung dan menguatkan di setiap langkah saya. Tidak lupa juga saya ucapkan terima kasih kepada keluarga, sahabat dan teman-teman seperjuangan saya yang sudah memberikan doa, motivasi dan dukungan kepada saya sehingga dapat menyelesaikan penulisan artikel ini dengan baik

REFERENSI

- [1] M. C. Ningsih, C. Woestho, and D. Kurniawan, "Pengaruh Literasi Keuangan Manfaat Paylater Dan Generasi Z Terhadap Minat Penggunaan Paylater Di Platfrom Shopee Pada Kecamatan Tambun Selatan," *JURNAL ECONOMINA*, vol. 2, no. 11, pp. 3218–3231, Nov. 2023, doi: 10.55681/economina.v2i11.967.
- [2] M. Zigari, A. J. Malik, V. M. Fadla, H. Sulaikah, and W. A. Safitri, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Menggunakan Paylater Pada Mahasiswa Di Kota Makassar," *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)*, vol. 4, no. 2, pp. 171–182, Dec. 2023, doi: 10.31289/jimbi.v4i2.1727.
- [3] M. M. Tumanggor, Syafrida, and E. Amalia, "Perlindungan Konsumen Yang Dirugikan Akibat Pembelian Sepatu Yang tidak Original Di E-Commerce," Sep. 2024.
- [4] W. D. A. D. W. H. M. H. H. Nur Aryanto, "Analisis Penerapan teknologi Kecerdasan Buatan (AI) Dalam industri E-Commerce Di Indonesia," *Jurnal Multidisiplin saintek*, vol. 4, Nov. 2024.
- [5] similarweb, "Top Ecommerce & Shopping Websites in Indonesia Ranking Analysis for October 2024," indonesia, Nov. 2024.
- [6] I. A. Canestren and M. E. Saputri, "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater," *eProceedings of Management*, vol. 8, Jun. 2021.
- [7] A. Maulina Solihin, A. Damayanti Kosasih, H. Fajrussalam, D. Tiara Rahmawan, D. Alfia Azzahra, and F. Mulia Fitriyani, "Analisis Transaksi Shopee Paylater Dalam Prespektif Hukum Islam," Oct. 2022.
- [8] F. D. Angelista, L. D. Anggraini, and A. U. Putri, "Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Pengguna Shopee Paylater," *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, vol. 4, no. 3, pp. 696–705, Mar. 2024, doi: 10.47065/jtear.v4i3.1197.
- [9] Tira Santia, "Utang Orang Indonesia Pakai Paylater Tembus Rp 6,81 Triliun, Kamu Ada?," *Liputan 6*. Accessed: Nov. 29, 2024. [Online]. Available: <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5637864/utang-orang-indonesia-pakai-paylater-tembus-rp-681-triliun-kamu-ada?page=3>
- [10] dwi Jayani, "Proporsi Populasi Generasi Z dan Milenial Terbesar di Indonesia," datadoks.
- [11] A. Akmalia, "Pengaruh Financial Literacy, Self-Control, Overconfidence, Dan Shopping Life-Style Terhadap Spending Habits," *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, vol. 3, no. 5, pp. 96–103, Oct. 2023.
- [12] N. Chusna, N. W. Listya, P. Mulia Nifsya, and P. Negeri Semarang, "Pengaruh Penggunaan Kartu Debit Dan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Politeknik Negeri Semarang," May 2024.
- [13] D. R. Prihastuty and Rahayuningsih Sri, "Pengaruh Financial Literacy, Financial Behavior, Financial Attitude, Dan Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Pada Mahasiswa Strata I Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)," *Jurnal Hasil Penelitian LPPM Untag Surabaya*, vol. 03, pp. 121–134, Sep. 2018.
- [14] M. R. Ridho, "Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Risiko, Persepsi Manfaat, Dan Locus Of Control Terhadap Financial Behavior Management dalam Penggunaan P2P Lending Paylater Pada Masa Pandemi," Mar. 2023.
- [15] R. Veronica and S. Ronni, "THE EFFECT OF FINANCIAL KNOWLEDGE AND FINANCIAL ATTITUDE ON FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR OF STUDENTS IN SURABAYA," in *Global Conference on Business and Management Proceedings*, Goodwood Conferences, Jan. 2022, pp. 33–43. doi: 10.35912/gcbm.v1i1.8.
- [16] E. Budiono, "Analisis Financial Knowledge, Financial Attitude, Income, Locus Of Control, Financial Management Behavior Masyarakat Kota Kediri," 2020.
- [17] J. Khatib Sulaiman, W. Lestari Siregar, A. Yulastri, N. Jalinus, and U. Negeri Padang, "Analisis Perilaku Konsumen dalam Transaksi di e-Commerce," *Indonesian Journal of Computer Science Attribution*, vol. 12, no. 6, p. 4110.
- [18] E. Safitri, F. Sriyunianti, N. Chandra, L. Keuangan, S. Keuangan, and dan Perilaku Pengelolaan

- Keuangan, “Pengaruh Literasi Keuangan dan Sikap Keuangan terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan UMKM (Studi Kasus pada Usaha Mikro Bidang Kerajinan di kota Padang),” 2023. [Online]. Available: <https://akuntansi.pnp.ac.id/jabei>
- [19] R. P. Febriani and S. Hermawan, “Pengaruh Mobile Self Efficacy Dan Spending Habits Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Paylater Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Intervening,” 2023.
- [20] E. L. Maghfiroh *et al.*, “Life Style, Financial Attitude, dan Self Control Terhadap Financial Management Behavior,” 2023.
- [21] S. Adha, “FAKTOR REVOLUSI PERILAKU KONSUMEN ERA DIGITAL: SEBUAH TINJAUAN LITERATUR,” *Jurnal Ilmu Pendidikan dan Ilmu Sosial*, vol. 31, Oct. 2022.
- [22] H. Khotimah, M. Khafid, and A. Pujiati, “Sikap Konsumen Dan Gaya Hidup Mahasiswa Dalam Keputusan Pembelian Produk Fashion Melalui Minat Beli,” Dec. 2020. [Online]. Available: <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jeec>
- [23] N. Laily, “Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Mahasiswa Dalam Mengelola Keuangan,” 2016.
- [24] F. Asyhari and Titik Aryati, “PENGARUH PENGETAHUAN PERPAJAKAN, SANKSI PERPAJAKAN, PENURUNAN TARIF, KONDISI KEUANGAN, KUALITAS PELAYANAN PETUGAS PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK UMKM DI JAKARTA,” *Jurnal Ekonomi Trisakti*, vol. 3, no. 1, pp. 1715–1724, Feb. 2023, doi: 10.25105/jet.v3i1.16263.
- [25] L. Suryani, “THE EFFECT OF ATTITUDE, SUBJECTIF NORM, AND PERCEIVED BEHAVIOR CONTROL TOWARD TAX PAYER COMPLIANCE OF PRIVATE PERSON AT DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA WITH INTENTION TO TAX COMPLIANCE AS MODERATING VARIABLE,” 2021.
- [26] W. Budiawan, “Analisis Pengaruh Marketing Mix (7P) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada House of Moo, Semarang),” Jan. 2017.
- [27] Y. Dwika Sari and H. Hasbi, “Pengaruh Metode Pembayaran (Mobile Banking) Terhadap Spending Habits Masyarakat,” 2024.
- [28] M. M. Cummins and S. J. Jenkins, “Financial Attitudes And Spending Habits Of University Freshmen,” 2020.
- [29] T. Yundari and D. Artati, “Jurnal Ilmiah Manajemen Keuangan-12 Agustus 2021ruh Literasi keuangan, Perilaku keuangan Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Investasi,” Aug. 2021.
- [30] A. N. yushita, “Pentingnya literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi,” *Jurnal Nominal*, vol. VI, 2021.
- [31] L. Agustine and I. Widjaja, “PENGARUH: FINANCIAL ATTITUDE, FINANCIAL KNOWLEDGE LOCUS OF CONTROL TERHADAP PERILAKU MANAJEMEN KEUANGAN,” 2021.
- [32] I. Herdjiono and A. Damanik, “Pengaruh financial Attitude, Financial Knowledge, Parental Income Terhadap Financial Management Behavior,” Dec. 2022.
- [33] H. P. Wulandari and A. E. Subandiyah, “Pengaruh Ulasan Produk, Harga Dan Pembayaran Non Tunai (Shopee paylater) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Market Place Shopee di Yogyakarta,” *JBMA : Jurnal Bisnis Manajemen dan Akuntansi*, vol. IX, Sep. 2022.
- [34] M. A. Ghoni and E. Soliha, “Pengaruh Brand Image, Onlie Customer Review dan Promotion terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee,” *Jurnal Mirai Management*, vol. 7, no. 2, pp. 14–22, 2022, doi: 10.37531/mirai.v7i2.2007.
- [35] Dr Neni Hasnunidah, *Metodologi Penelitian Pendidikan*. yogyakarta, 2017.
- [36] A.D. Darmawan, “Penduduk Kab. Sidoarjo pada 2023,” Databoks.
- [37] M. H. Setiawan, R. Komarudin, and D. N. Kholifah, “Pengaruh Kepercayaan, Tampilan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pemilihan Aplikasi Marketplace.” [Online]. Available: <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/infortech139>
- [38] D. Theodora and V. P. Kurnia², “Pengaruh Influencer Media Sosial Terhadap Brand Image Erigo,” *Inter Script: Journal of Creative Communication |*, vol. 4, no. 2, pp. 68–77, 2022.
- [39] D. G. Bonett and T. A. Wright, “Cronbach’s alpha reliability: Interval estimation, hypothesis testing, and sample size planning,” *J Organ Behav*, vol. 36, no. 1, pp. 3–15, Jan. 2020, doi: 10.1002/job.1960.
- [40] S. Wahyuni and S. Hermawan, “The Influence of Financial Literacy and Spending Habits on

- Purchasing Decisions with Locus of Control as Intervening Variables for Implementing SDGs NO.8 [Pengaruh Literasi Keuangan dan Spending Habits terhadap Keputusan Pembelian dengan Locus of Control sebagai Variabel Intervening untuk Implementasi SDGs No.8],” Apr. 2024.
- [41] M. Al Faridho Awwal, T. Diva Agustina, P. Hansur, and B. Kuala, “THE INFLUENCE OF SPENDING HABITS, SPIRITUAL INTELLIGENCE, AND FINANCIAL LITERACY ON THE FINANCIAL MANAGEMENT OF STUDENTS (CASE STUDY OF AR-ROYAN BAITUL HAMDI STUDENT BOARDING SCHOOL YOGYAKARTA).”
- [42] U. Salamah, “The Effect Of Shopee Paylater On Student Consumption Behavior,” *REVIEW OF MULTIDISCIPLINARY EDUCATION, CULTURE AND PEDAGOGY / ROMEO*, vol. 1, no. 3, pp. 21–24, 2022, [Online]. Available: <https://ojs.transpublika.com/index.php/ROMEO/>
- [43] L. Agustin, “Evaluation of Factors influencing the Shopee PayLater adoption in Indonesia,” *Management Science and Business Decisions*, vol. 2, no. 2, pp. 5–18, Dec. 2022, doi: 10.52812/msbd.49.
- [44] F. nur Aini, “Pengaruh Literasi keuangan, Kepercayaan, Dan Keamanan Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace,” *E Jurnal Ekonomi & Bisnis*, vol. 10, pp. 991–1000, Jul. 2021, [Online]. Available: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/index>
- [45] L. Tribuana, P. Studi, A. Stie, and S. Subang, “Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi) PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PENGENDALIAN DIRI DAN KONFORMITAS HEDONIS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA.” [Online]. Available: <https://ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma>
- [46] Ridho Rosyid, “Pengaruh literasi keuangan, persepsi risiko, terhadap financial behavior manajemen dalam penggunaan p2p lending paylater pada masa pandemi,” 2021.
- [47] P. Dwiwansi, E. Dewi Purnamasari, and S. Lazuardi, “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Financial Experience Generasi Milenial Terhadap Penggunaan Paylater Pada E-Commerce,” Palembang, Jun. 2023. [Online]. Available: <https://univ45sby.ac.id/ejournal/index.php/ekonomika>
- [48] W Agistasari, “Pengaruh financial literacy dan locus of control terhadap financial management behaviour pengguna shopee paylater (studi kasus pada generasi z karesidenan madiun),” 2024.
- [49] I. Ajzen, “The Theory of Planned Behavior,” 1991.
- [50] S. Emaziah, “Pengaruh Self Control, Financial Attitude, dan Financial Literacy terhadap Financial Management Behavior pengguna Shopee Paylater di Kabupaten Kebumen,” 2024.
- [51] Khomala Toriq, “Pengaruh Self Control Dan Financial Attitude terhadap Financial Management Behavior Dalam perspektif Bisnis Islam (Studi Pengguna Shopee Paylater pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Intan Lampung),” 2024.
- [52] Putri Nmira, “Pengaruh Self Control Dan Financial Attitude Terhadap Financial Management Behavior Pengguna Layanan Buy Now Pay Later,” *JEAM*, vol. 21, Apr. 2022.

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.