

Pengaruh Literasi keuangan syariah dan perilaku konsumtif terhadap minat penggunaan *paylater* pada Gen Z : studi kasus pada mahasiswa di Sidoarjo

The influence of Islamic financial literacy and consumptive behavior on Gen Z's interest in using *paylater*: a case study of students at Muhammadiyah University Sidoarjo

Tiara Dinda Amalia Kartika¹, Diah Krisnaningsih²

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

email: tiaraadindaaaaa@gmail.com

email: diah.krisnaningsih@umsida.ac.id

Abstrak :

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah dan perilaku konsumtif terhadap minat penggunaan layanan *paylater* pada Generasi Z, dengan studi kasus pada mahasiswa di Kabupaten Sidoarjo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa yang termasuk dalam kategori Generasi Z dan pernah menggunakan atau mengetahui layanan *paylater*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, dengan jumlah responden sebanyak [jumlah responden] mahasiswa. Analisis data dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat penggunaan *paylater*, sedangkan perilaku konsumtif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *paylater* pada mahasiswa Gen Z di Sidoarjo. Secara simultan, literasi keuangan syariah dan perilaku konsumtif berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *paylater*. Temuan ini mengindikasikan bahwa rendahnya pemahaman keuangan syariah serta tingginya perilaku konsumtif mendorong meningkatnya minat penggunaan *paylater* di kalangan mahasiswa. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan syariah menjadi penting untuk membentuk perilaku keuangan yang lebih bijak di kalangan Generasi Z.

Kata kunci : Literasi keuangan syariah, Perilaku konsumtif, paylater, minat penggunaan, Generasi Z

I. Pendahuluan

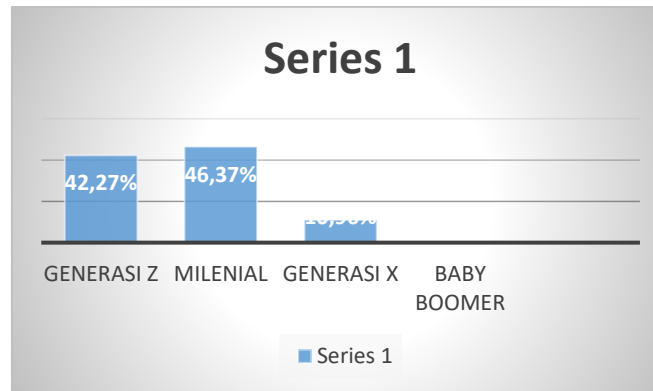
1.1 Latar belakang dan rumusan masalah yang akan diteliti

Pola konsumsi masyarakat mengalami pergeseran substansial seiring akselerasi teknologi digital. Aktivitas belanja yang dahulu menuntut kehadiran fisik kini beralih ke ranah daring, di mana konsumen dapat mengakses dan memperoleh berbagai kebutuhan melalui jejaring internet, media sosial, serta platform *e-commerce* (Hapsawati et al., 2023). Salah satu transformasi substansial dalam ekosistem transaksi digital ialah lahirnya teknologi finansial (financial technology/fintech), yang menawarkan aksesibilitas tinggi terhadap layanan keuangan berbasis daring (Marjohan et al., 2025). Di antara ragam produk fintech yang beredar, layanan *paylater* menjadi salah satu yang paling digemari, lantaran memberikan keleluasaan bagi pengguna untuk bertransaksi terlebih dahulu dan menunaikan pembayaran pada waktu berikutnya. Fitur tersebut menyuguhkan kemudahan sekaligus elastisitas dalam perilaku konsumsi daring, khususnya bagi generasi muda yang lekat dengan ekosistem digital (Ghani Alghifari & Firman Firman, 2025).

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.

Paylater merupakan instrumen pembayaran modern yang tengah mengalami peningkatan popularitas dan digunakan secara luas. Berbagai perusahaan rintisan kini gencar memasarkan fitur ini karena menawarkan akses kredit tanpa keterlibatan kartu kredit konvensional. Layanan paylater umumnya terintegrasi langsung dalam platform e-commerce sehingga pengguna dapat bertransaksi tanpa memerlukan kartu fisik apa pun (Nurfitri & Setyaningsih, 2025).



Data terbaru per Agustus 2025 menunjukkan bahwa sekitar 20,1 juta debitur di Indonesia menggunakan layanan buy now pay later (BNPL). Generasi muda adalah mayoritas pengguna. Lonjakan ini menunjukkan peran penting BNPL dalam gaya hidup digital generasi muda, baik untuk kebutuhan konsumtif maupun produktif. Generasi Z menyumbang 42,27% atau 8,49 juta pengguna, sementara Generasi X menggunakan layanan ini sekitar 10,96% atau 2,2 juta pengguna, dan Baby Boomers hanya 0,40% atau sekitar 80 ribu pengguna (Khoiriyah, 2025).

Fenomena ini semakin menonjol di Indonesia, di mana Gen Z menjadi pengguna dominan layanan keuangan digital seperti *Paylater*. Terbentuk dari interaksi sosial, paparan media, dan kemajuan teknologi, gaya hidup mereka cenderung konsumtif dengan orientasi pada kemudahan dan pengalaman instan. Rendahnya literasi keuangan membuat generasi ini rentan terhadap keputusan finansial yang tidak bijak, tercermin dari tingginya ketergantungan pada kredit instan di rentang usia 19–24 tahun. Kemudahan akses dan promosi persuasif menciptakan ilusi kestabilan finansial yang mendorong perilaku konsumtif dan risiko utang berlebih (Leviani & MN, 2025). Penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumtif menjadi faktor pendorong utama penggunaan *Paylater*, baik untuk memenuhi keinginan instan maupun sebagai alat pengelolaan keuangan yang lebih fleksibel (Mariyani & Risanta, 2025).

Namun, kemudahan akses finansial melalui layanan seperti *paylater* tidak selalu diimbangi dengan kemampuan pengelolaan keuangan yang memadai (Ardyansyah & Indrawati, 2024). Masyarakat dengan pendapatan terbatas kerap dihadapkan pada problematika yang kompleks dalam pengelolaan keuangan pribadi. Defisit pemahaman mengenai literasi finansial kerap memicu beragam persoalan, seperti kesulitan menata anggaran, memahami instrumen investasi, mengelola liabilitas, serta merancang keberlanjutan finansial di masa mendatang. Dengan demikian, penguatan literasi keuangan menjadi urgensi fundamental guna menopang peningkatan ketahanan dan kestabilan ekonomi masyarakat berpenghasilan rendah (Marwal et al., 2023). Dinamika krisis keuangan beserta persoalan yang timbul dari ketidakcakapan dalam mengelola keuangan semakin menyingkap pentingnya pemahaman mendalam terhadap literasi keuangan. Literasi keuangan merupakan kemampuan komprehensif yang mencakup pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola dinamika finansial secara bijaksana. Kesadaran akan pentingnya literasi ini berperan krusial dalam menjaga kestabilan kondisi keuangan individu agar tetap berada pada keadaan yang sehat, aman, dan berkelanjutan. Literasi keuangan tidak hanya bernilai bagi kepentingan personal, tetapi juga memiliki implikasi luas terhadap pertumbuhan ekonomi dan kemajuan bisnis di tingkat nasional. Dengan demikian, tingginya kesadaran masyarakat terhadap urgensi dan peranan literasi keuangan menjadi parameter signifikan yang mencerminkan tingkat kemajuan dan efektivitas pembangunan nasional, khususnya di sektor ekonomi dan keuangan (Achmad et al., 2023).

Jumlah penduduk Muslim di Indonesia mencapai 86,88 persen, atau sekitar 235,53 juta orang, pada Juni 2021. Ini menjadikannya mayoritas penduduk yang terlibat dalam aktivitas ekonomi nasional, terutama di pulau Jawa, dengan

provinsi terbesar seperti Jawa Barat (46,3 juta orang), Jawa Timur (39,85 juta orang), dan Jawa Tengah (36,21 juta orang). Penduduk Muslim, khususnya generasi muda, memiliki banyak kesempatan untuk terlibat secara aktif dalam transaksi jual beli, salah satunya melalui metode pembayaran *paylater* yang dikenal dalam ekonomi Islam sebagai jual beli *Istijrar*. Ada perbedaan pendapat tentang hukum *Istijrar*, tetapi prinsip syariah memungkinkan penerapan *paylater* jika harga barang diketahui secara pasti, sehingga generasi muda Muslim harus memahami risiko dan peraturan syariah yang berlaku dalam penerapan (Waluyo et al., 2022).

Dalam masyarakat Muslim, konsep literasi keuangan tidak terbatas pada ranah konvensional semata, melainkan juga pemahaman terhadap prinsip-prinsip syariah yang menekankan keadilan, transparansi, dan larangan riba. Literasi keuangan syariah dapat dimaknai sebagai kemampuan intelektual dalam menginternalisasi serta menerapkan prinsip-prinsip finansial berbasis syariah, sehingga individu mampu mengatur serta mengaktualisasikan kapasitas sumber daya keuangannya secara bijaksana guna mencapai tujuan yang selaras dengan nilai-nilai syariah. Secara hakikat, literasi keuangan syariah mencerminkan keluasan wawasan dan kerangka berpikir yang menuntun seseorang dalam berinteraksi dengan produk serta layanan keuangan yang berlandaskan hukum Islam. Tingkat literasi keuangan syariah yang optimal diharapkan mampu menumbuhkan partisipasi masyarakat terhadap pemanfaatan produk dan jasa keuangan syariah, yang pada gilirannya berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan sosial-ekonomi dan memperkuat fondasi perekonomian nasional. Guna menstimulasi keterlibatan masyarakat dalam ekosistem keuangan syariah, diperlukan upaya sosialisasi yang masif dan berkesinambungan agar tumbuh kesadaran serta ketertarikan untuk menggunakan produk keuangan berbasis nilai-nilai Islam tersebut (Adiyanto & Purnomo, 2021).

SPayLater merupakan fasilitas pembiayaan digital yang dikembangkan melalui inovasi fintech untuk menyediakan akses kredit berbiaya ringan bagi para pengguna Shopee, dengan seluruh proses aktivasi terintegrasi langsung di dalam aplikasinya. Prosedurnya berlangsung sangat ringkas, pengguna hanya perlu menyiapkan KTP, mengikuti rangkaian verifikasi yang ditentukan, dan menunggu otorisasi dari pihak Shopee. Kendati demikian, tidak setiap pengguna dapat mengakses layanan ini karena terdapat prasyarat tertentu, seperti akun harus terdaftar dan tervalidasi, telah menunjukkan aktivitas penggunaan selama setidaknya tiga bulan, memiliki intensitas transaksi yang memadai, serta menjalankan aplikasi pada versi terbaru. Setelah layanan disetujui, pengguna diberi keleluasaan memilih rentang tenor cicilan mulai dari tiga hingga dua belas bulan, dengan risiko pengenaan denda serta kemungkinan pembekuan akun apabila pembayaran dilakukan melewati batas waktu yang ditetapkan (Nur Naning Rum, 2024).

SPayLater sebagai layanan pinjaman digital dalam ekosistem Shopee semakin banyak diadopsi mahasiswa karena menawarkan akses pembiayaan yang cepat dan praktis. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa keputusan pembelian melalui layanan ini dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yakni kepercayaan, kemudahan, dan manfaat. Temuan (Zahroh et al., 2023) mengungkap bahwa kepercayaan dan manfaat memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan penggunaan SPayLater, sedangkan kemudahan tidak memberikan kontribusi berarti. Kondisi ini menegaskan bahwa preferensi mahasiswa terhadap layanan *paylater* lebih bertumpu pada keyakinan terhadap sistem dan nilai guna yang dirasakan dibandingkan aspek operasional aplikasi.

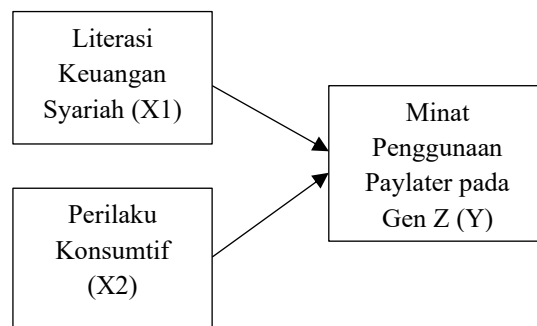
Fenomena tersebut menjadi menarik untuk dikaji lebih mendalam pada lingkup mahasiswa khususnya daerah Sidoarjo, yang merepresentasikan generasi muda. Di satu sisi, mereka merupakan bagian dari Generasi Z, kelompok yang tumbuh dalam pusaran transformasi digital dan memiliki keterikatan erat dengan ekosistem keuangan daring, di sisi lain, mereka bernaung dalam lingkungan akademik berbasis nilai-nilai Islam, yang kaidah moral dan norma etis yang menjwai setiap dimensi kehidupan, termasuk dalam pengelolaan finansial. Dualitas ini melahirkan dinamika tersendiri dalam cara mereka memaknai, menilai, serta memanfaatkan layanan keuangan modern seperti *paylater* dalam perspektif syariah. Sebagai generasi yang adaptif terhadap kemajuan teknologi, mahasiswa kerap menjadi kelompok paling responsif terhadap inovasi digital, termasuk dalam konteks penggunaan produk fintech. Namun, dalam kerangka nilai-nilai keislaman yang dijunjung di perguruan tinggi berbasis syariah, muncul pertanyaan krusial mengenai sejauh mana pemahaman literasi keuangan syariah mereka berimplikasi pada minat serta kebiasaan penggunaan layanan *paylater*. Dengan demikian, penelitian ini berupaya menyingkap keterkaitan antara kemampuan intelektual dalam memahami prinsip keuangan syariah dan kecenderungan perilaku konsumtif yang lazim melekat pada generasi digital, guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pola pengambilan keputusan finansial di era modern. Berdasarkan latar belakang tersebut maka rumusan masalah penelitian yaitu:

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.

1. Pengaruh tingkat literasi keuangan berbasis prinsip syariah memberikan pengaruh terhadap kecenderungan individu dalam memanfaatkan layanan *paylater* pada mahasiswa di Sidoarjo?
2. Apakah perilaku konsumtif berpengaruh terhadap minat penggunaan layanan *paylater* pada mahasiswa di Sidoarjo?
3. Apakah literasi keuangan syariah dan perilaku konsumtif secara simultan berpengaruh terhadap minat penggunaan layanan *paylater* pada mahasiswa di Sidoarjo?

Seiring dengan perumusan permasalahan yang telah dirancang, penelitian ini dimaksudkan untuk menelusuri serta menafsirkan pengaruh pemahaman literasi keuangan berbasis syariah dan tendensi perilaku konsumtif terhadap ketertarikan dalam pemanfaatan fasilitas *paylater* di kalangan mahasiswa di Sidoarjo, baik secara individual maupun kolektif. Kajian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi konseptual dan empiris bagi penguatan pola pengelolaan finansial yang berasaskan nilai-nilai syariah dalam dinamika masyarakat digital masa kini.



Gambar 1. Hubungan antar Variabel

1.2 Pendekatan pemecahan masalah

Penelitian ini mengadopsi paradigma kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, yang bertujuan untuk menginterpretasikan serta mengonfirmasi keterhubungan antarkonstruksi secara empiris dan terukur. Model analisis yang digunakan ialah regresi linier berganda, dimaksudkan untuk menelusuri pengaruh dimensi literasi keuangan berbasis prinsip syariah dan orientasi perilaku konsumtif terhadap intensi penggunaan fasilitas *paylater* pada kelompok Generasi Z, khususnya mahasiswa di Sidoarjo. Tahapan pengumpulan data dilaksanakan melalui diseminasi instrumen survei daring menggunakan platform Google Form, yang dirancang berlandaskan indikator teoritik dari setiap variabel penelitian. Penentuan partisipan dilakukan dengan teknik purposive sampling, yakni seleksi responden berdasarkan relevansi karakteristik subjek dengan fokus kajian ilmiah. Sebelum dilakukan proses analisis, instrumen penelitian melewati uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan derajat akurasi, stabilitas, dan konsistensi empiris dari data yang diperoleh.

1.3 State of Art

Penelitian yang memiliki keterkaitan substansial dengan riset ini ialah karya ilmiah oleh Sintawati et al., 2023 berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Perilaku Konsumtif terhadap Minat Jasa Pinjaman Online”. Penelitian tersebut menelusuri relasi antara tingkat kecakapan finansial berbasis prinsip syariah dengan kecenderungan perilaku konsumtif terhadap minat individu dalam memanfaatkan layanan pinjaman daring. Dengan pendekatan kuantitatif dan melalui penerapan analisis regresi linier berganda, temuan penelitian mengindikasikan bahwa tingkat literasi keuangan berlandaskan prinsip syariah dan orientasi perilaku konsumtif memberikan pengaruh yang bermakna secara statistik terhadap intensi pemanfaatan layanan keuangan digital berbasis *paylater*.

Perbedaan esensial distingsi antara penelitian sebelumnya dan penelitian ini terpusat pada orientasi fokus penelitian yang dibahas objek serta konteks fenomenologis yang diinvestigasi. Jika penelitian Sintawati dkk. berpusat pada minat terhadap layanan online lending, maka penelitian ini mengalihkan fokus pada fenomena layanan *paylater* yang merepresentasikan bentuk mutakhir dari inovasi transaksi digital. Penelitian ini menyoroti kelompok Generasi Z di lingkungan Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, yang hidup dalam persimpangan antara kemajuan teknologi finansial dan nilai-nilai moral syariah, untuk menelaah bagaimana literasi keuangan syariah serta perilaku konsumtif berpengaruh terhadap minat mereka dalam menggunakan sistem pembayaran tangguh tersebut. Maka, riset ini diharapkan dapat menghadirkan perspektif konseptual yang lebih progresif dalam memahami perilaku finansial generasi muda Muslim di tengah arus digitalisasi ekonomi kontemporer.

II. Metode

2.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif yang berasaskan filsafat positivisme, berorientasi pada pengujian hipotesis secara empiris melalui pengumpulan dan analisis data berbentuk numerik yang diperoleh dari populasi atau sampel terpilih menggunakan instrumen penelitian terukur. Lokasi penelitian ini dilakukan di Sidoarjo, karena mayoritas responden penelitian merupakan mahasiswa aktif yang termasuk dalam kategori generasi Z dan relevan dengan topik mengenai perilaku penggunaan *paylater*.

2.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif di Sidoarjo yang termasuk dalam kategori Generasi Z, berusia antara 18–24 tahun, serta memiliki pengetahuan atau pengalaman terhadap layanan Paylater. Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah purposive sampling yang distratifikasi menurut fakultas/angkatan dengan kriteria inklusi sebagai berikut:

1. Mahasiswa aktif S1 UMSIDA,
2. Berusia 18–24 tahun,
3. Pernah menggunakan atau mengetahui layanan Paylater, dan
4. Bersedia menjadi responden penelitian melalui pengisian kuesioner.

Sampel penelitian dihitung menggunakan rumus Slovin, dengan tingkat kesalahan (error tolerance) 5%.

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan

n = Jumlah Responden

N = Ukuran Populasi

e = 5% atau 0,05

$$n = \frac{135}{1 + 135 (0,05)^2}$$

$$n = 100$$

Hasil perhitungan tersebut dibulatkan ke atas sehingga jumlah sampel minimum yang dibutuhkan adalah 100 responden. Sampel mencerminkan fraksi dari populasi yang mengandung atribut serta ciri-ciri esensial yang identik dengan populasi asalnya. Purposive sampling dipilih karena penelitian menargetkan subjek dengan karakteristik tertentu (Gen Z mahasiswa yang familiar dengan *Paylater*).

2.3 Metode Pengumpulan Data

Tahapan akuisisi data dalam riset ini dilaksanakan melalui penyebaran instrumen survei daring yang difasilitasi oleh platform Google Form. Instrumen tersebut diarahkan kepada partisipan yang memenuhi parameter kriteria penelitian. Setiap butir pernyataan dalam kuesioner dikonstruksi berdasarkan indikator konseptual dari masing-masing variabel yang dikaji, kemudian diukur menggunakan skala Likert dengan lima gradasi penilaian, mulai dari sangat tidak setuju (1) hingga sangat setuju (5).

2.4 Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul melalui instrumen survei kemudian diuraikan melalui pendekatan kuantitatif bersifat inferensial, dengan pemanfaatan piranti lunak SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) versi 25 sebagai medium pendukung dalam proses pengolahan serta penafsiran data.

Langkah-langkah analisis data meliputi:

1. Uji Instrumen Penelitian
 - Validitas dievaluasi dengan teknik korelasi Pearson Product Moment untuk menilai sejauh mana setiap item pernyataan mampu mewakili konsep yang hendak diukur.
 - Reliabilitas ditentukan menggunakan koefisien Cronbach's Alpha sebagai dasar pengujian tingkat konsistensi dan keajegan antarbutir pertanyaan dalam instrumen penelitian
2. Uji Asumsi Klasik
 - Normalitas data dianalisis untuk memastikan pola distribusi data menyerupai kurva normal, sehingga hasil estimasi dapat diinterpretasikan secara tepat.
 - Multikolinearitas diperiksa guna mengidentifikasi kemungkinan adanya keterkaitan berlebih antara variabel independen yang berpotensi menimbulkan distorsi dalam model regresi.
 - Heteroskedastisitas diuji untuk mengetahui apakah varians galat bersifat seragam antar observasi, sebagai indikator kestabilan model statistik.
3. Analisis Regresi Linier Berganda
 - Analisis ini sebagai pendekatan kuantitatif inferensial guna menelaah hubungan kausal antara dua variabel bebas, literasi keuangan berlandaskan prinsip syariah dan perilaku konsumtif. Terhadap satu variabel terikat, yakni minat individu dalam memanfaatkan fasilitas *Paylater*.
4. Uji Hipotesis
 - Uji t (parsial) diimplementasikan untuk mengonstatasi tingkat signifikansi serta arah pengaruh yang dimanifestasikan oleh setiap variabel bebas terhadap variabel terikat secara individual, sehingga memperlihatkan kontribusi distingtif masing-masing variabel dalam struktur model analitis
 - Uji F (simultan) diaplikasikan guna mengafirmasi eksistensi pengaruh kolektif dari keseluruhan variabel independen terhadap variabel dependen, yang sekaligus menjadi indikator koherensi model regresi dalam menjelaskan keterkaitan multivariat di antara konstruk penelitian.
5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)
 - Tahapan ini dimaksudkan untuk mengelaborasi proporsi varian total pada variabel dependen yang dapat diterangkan oleh agregasi variabel independen dalam model, sehingga merefleksikan kapasitas eksplanatif model regresi dalam menyingkap fenomena empiris secara menyeluruh dan terukur.

III. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil Penelitian

3.1.1. Karakteristik demografi

Karakteristik demografi responden dalam penelitian ini berdasarkan fakultas, asal universitas, tahun kelahiran, usia dan semester yang dapat dilihat pada tabel 3.1.

Tabel 3. 1 Karakteristik Demografi Responden

Demografi	Jumlah	Presentase
Fakultas		
Fakultas Agama Islam (FAI)	17	17%
Fakultas Ekonomi (FE)	12	12%
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP)	11	11%
Fakultas Teknik (FT)	16	16%
Fakultas Ilmu Kesehatan (FIKES)	4	4%
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP)	3	3%
Fakultas Psikologi	14	14%
Fakultas Pertanian	12	12%
Fakultas Bisnis Hukum dan Ilmu Sosial (FBHIS)	4	4%
Fakultas Sains dan Teknologi (FST)	5	5%
Fakultas Kedokteran Gigi (FKG)	2	2%
Total	100	100%
Asal Universitas		
UMSIDA	100	100%
total	100	100%
Usia		
16 – 21 Tahun	58	58%
22 – 24 Tahun	36	36%
25 – 27 Tahun	6	6%
Total	100	100%
Semester		
1	24	24%
2	4	4%
3	26	26%
4	4	4%
5	13	13%
6	12	12%
7	11	11%
8	6	6%
Total	100	100%

Sumber : Hasil Kuesioner Penelitian (2025)

Berdasarkan Tabel 3.1, karakteristik demografi responden menunjukkan keberagaman latar belakang akademik yang merepresentasikan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo (UMSIDA). Seluruh responden berasal dari UMSIDA dengan jumlah 100 orang (100%), yang tersebar pada berbagai fakultas. Fakultas Agama Islam (FAI) menjadi

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.

penyumbang responden terbanyak dengan 17 responden (17%), disusul Fakultas Teknik (FT) sebanyak 16 responden (16%) dan Fakultas Psikologi sebanyak 14 responden (14%). Fakultas Ekonomi (FE) serta Fakultas Pertanian masing-masing berkontribusi 12 responden (12%), sementara Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) tercatat sebanyak 11 responden (11%). Fakultas lain, seperti Fakultas Sains dan Teknologi (5%), Fakultas Ilmu Kesehatan (4%), Fakultas Bisnis Hukum dan Ilmu Sosial (4%), Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (3%), serta Fakultas Kedokteran Gigi (2%), melengkapi distribusi responden secara proporsional.

Ditinjau dari aspek usia dan semester, mayoritas responden berada pada rentang usia 16–21 tahun, yakni sebanyak 58 responden (58%), diikuti kelompok usia 22–24 tahun sebanyak 36 responden (36%), serta usia 25–27 tahun sebanyak 6 responden (6%). Dari sisi jenjang akademik, responden paling banyak berasal dari semester 3 sebanyak 26 responden (26%) dan semester 1 sebanyak 24 responden (24%). Selanjutnya, responden semester 5 berjumlah 13 responden (13%), semester 6 sebanyak 12 responden (12%), dan semester 7 sebanyak 11 responden (11%). Adapun responden semester 8 tercatat sebanyak 6 responden (6%), sedangkan semester 2 dan semester 4 masing-masing berjumlah 4 responden (4%).

3.1.2. Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa UMSIDA

Literasi keuangan merupakan rangkaian proses yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan individu agar mampu mengelola keuangan pribadi secara efektif dan bertanggung jawab. Literasi keuangan berkaitan erat dengan perilaku keuangan seseorang dalam mengambil keputusan serta mengatur penggunaan sumber daya finansial secara bijak. Kemampuan mengelola keuangan yang baik memungkinkan individu memperoleh manfaat optimal dalam pemenuhan kebutuhan dan pengendalian pengeluaran. Dalam kehidupan sehari-hari, keuangan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari aktivitas masyarakat, sehingga pemahaman terhadap produk keuangan dan pengambilan keputusan finansial yang tepat menjadi sangat penting. Oleh karena itu, kecerdasan finansial diperlukan agar seseorang mampu mengatur gaya hidup sesuai dengan kemampuan keuangannya serta memprioritaskan kebutuhan secara rasional (Sari, 2023).

Variabel Literasi Keuangan Syariah (X1) diukur menggunakan 12 pernyataan yang dijawab oleh 100 mahasiswa dengan skala Likert lima poin. 53 mahasiswa (53%) menyatakan setuju tentang keharaman penggunaan Shopeepaylater adalah riba berdasarkan Al-Qur'an, Hadis, dan Ijma (QS. Al-Baqarah: 275). Pernyataan kedua mengenai pemahaman konsep riba sebagai keuntungan tambahan tanpa pertukaran yang adil, sebanyak 46 mahasiswa (46%) menyatakan setuju dan 44 mahasiswa (44%) setuju bahwa mahasiswa lebih percaya pada layanan keuangan berbasis syariah. Terdapat 42 mahasiswa (42%) setuju dalam mempertimbangkan aspek kehalalan (syariah) dalam memilih produk pinjaman atau penangguhan pembayaran. Terdapat 38 mahasiswa (38%) dan 36 mahasiswa (36%) menyatakan setuju bahawa dosa riba sebagai dosa besar dalam Islam dan mahasiswa mengetahui jenis transaksi riba yang terdapat di masyarakat, seperti paylater, pinjaman online konvensional, dan sistem bunga bank dan dampak riba dalam transaksi keuangan. Dominasi jawaban tersebut mencerminkan pemahaman mahasiswa terhadap konsep dasar keuangan syariah, khususnya terkait keharaman riba, prinsip kehalalan, serta kesesuaian layanan keuangan dengan nilai-nilai syariah. Tingginya tingkat persetujuan ini juga dipengaruhi oleh latar belakang pendidikan dan paparan informasi keuangan syariah yang diperoleh mahasiswa.

3.1.3. Perilaku Konsumsi Mahasiswa UMSIDA dalam Menggunakan Shopeepay

Perilaku konsumsi mahasiswa erat kaitannya dengan gaya hidup yang berkembang di kalangan remaja dan generasi muda. Gaya hidup mewah cenderung menarik minat mahasiswa karena orientasinya lebih mengarah pada pencarian kesenangan dan pemenuhan keinginan pribadi. Seiring waktu, perilaku konsumtif tersebut dapat mengakar dan membentuk pola kebiasaan yang menyerupai budaya konsumsi dalam kehidupan mahasiswa. Gaya hidup yang dimiliki seseorang berpengaruh terhadap perilaku konsumen, khususnya dalam pengambilan keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh nilai-nilai sosial dan budaya yang berlaku di masyarakat. Semakin tinggi gaya hidup yang dianut mahasiswa, maka semakin tinggi pula tingkat perilaku konsumsi yang ditunjukkan. Pola konsumsi mahasiswa dapat dilihat dari aktivitas sehari-hari dalam menghabiskan waktu dan uang, seperti pengeluaran rutin untuk menunjang penampilan.

Mahasiswa cenderung mengalokasikan dana sekitar Rp500.000 per bulan untuk kebutuhan penampilan, terutama pembelian pakaian yang didorong oleh keinginan, bukan kebutuhan. Hal ini menunjukkan adanya kecenderungan materialistik, yaitu hasrat untuk memiliki barang-barang tertentu tanpa pertimbangan rasional terhadap manfaat dan urgensinya. Dalam praktiknya, mahasiswa lebih memilih membeli pakaian dengan harga terjangkau dalam jumlah banyak, serta lebih mempertimbangkan kualitas dibandingkan merek, sehingga keputusan pembelian lebih didasarkan pada nilai guna daripada prestise merek (Ulfah et al., 2022).

Variabel X2 (Perilaku Konsumtif) dalam penelitian ini diukur menggunakan 7 (tujuh) pernyataan yang disusun dalam bentuk kuesioner dengan skala Likert lima tingkat, yaitu Sangat Tidak Setuju (STS) sampai dengan Sangat Setuju (SS). Data menunjukkan bahwa 45 mahasiswa (45%) setuju dan 33 mahasiswa (33%) sangat setuju bahwa sebagian besar mahasiswa mengakui bahwa kontrol diri mereka relatif mudah terganggu oleh stimulus konsumsi dan sebanyak 44 mahasiswa (44%) setuju dan 28 mahasiswa (28%) sangat setuju bahwa kuatnya pengaruh lingkungan sosial dan media digital mempengaruhi pola perilaku konsumsi mahasiswa. Terdapat 42 mahasiswa (42%) menyatakan setuju dan 33 mahasiswa (33%) sangat setuju bahwa mahasiswa cenderung membeli barang karena tergoda promosi atau iklan di media sosial dan mahasiswa kecenderungan mahasiswa menunda pembayaran atau menggunakan fasilitas kredit seperti paylater untuk memenuhi keinginan belanja. Terdapat 41 mahasiswa (41%) setuju dan 28 mahasiswa (28%) sangat setuju bahwa mahasiswa menggunakan instrumen kredit/pinjaman dalam konsumsi. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa 40 mahasiswa (40%) setuju dan 27 mahasiswa (27%) sangat setuju, yang mengindikasikan bahwa aspek citra diri memiliki peran signifikan dalam keputusan konsumsi.

Berdasarkan hasil distribusi jawaban responden pada Variabel X2 (Perilaku Konsumsi), terlihat bahwa perilaku konsumsi mahasiswa UMSIDA cenderung berada pada kategori cukup hingga tinggi. Hal ini ditunjukkan oleh dominasi jawaban Setuju (S) dan Sangat Setuju (SS) pada pernyataan yang berkaitan dengan ketertarikan terhadap promosi di media sosial, kecenderungan mengikuti tren, serta pembelian barang untuk meningkatkan citra diri. Selain itu, masih terdapat proporsi jawaban netral dan tidak setuju pada indikator yang berkaitan dengan kontrol diri dan penggunaan kredit, yang mengindikasikan adanya variasi tingkat pengendalian konsumsi di kalangan mahasiswa.

Variabel Y (Minat Penggunaan ShopeePaylater) dalam penelitian ini diukur menggunakan 5 (lima) pernyataan yang disusun dalam bentuk kuesioner dengan skala Likert lima tingkat, yaitu Sangat Tidak Setuju (STS) hingga Sangat Setuju (SS). Kelima pernyataan tersebut digunakan untuk menggambarkan tingkat minat mahasiswa dalam menggunakan layanan ShopeePaylater. Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat mahasiswa terhadap penggunaan ShopeePaylater tergolong tinggi, yang ditunjukkan oleh dominasi jawaban Setuju (S) dan Sangat Setuju (SS) pada seluruh pernyataan. Sebanyak 45% mahasiswa menyatakan setuju dan 38% sangat setuju terhadap penggunaan ShopeePaylater untuk pembelian daring di masa mendatang, sementara 10% bersikap netral. Persepsi kemudahan belanja juga mendapat respons positif, dengan 42% mahasiswa setuju dan 40% sangat setuju, serta 11% bersikap netral. Minat penggunaan ShopeePaylater semakin meningkat ketika tersedia promo atau fasilitas cicilan tanpa bunga, ditunjukkan oleh 39% responden yang setuju dan 41% sangat setuju, dengan 12% berada pada kategori netral. Selain itu, kecenderungan memilih penggunaan paylater dibandingkan menunggu hingga memiliki tabungan ditunjukkan oleh 37% mahasiswa yang setuju dan 35% sangat setuju, sementara 16% bersikap netral. Faktor kemudahan proses pendaftaran juga menjadi pendorong utama minat penggunaan ShopeePaylater, dengan 40% mahasiswa menyatakan setuju dan 39% sangat setuju, serta 13% bersikap netral. Berdasarkan hasil pengukuran Variabel Y (Minat Penggunaan Paylater) menunjukkan bahwa minat mahasiswa UMSIDA dalam menggunakan layanan ShopeePaylater tergolong cukup tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi mahasiswa yang cenderung responsif terhadap promosi dan tren memiliki keterkaitan dengan minat penggunaan ShopeePaylater. Kemudahan akses dan fitur pembayaran tertunda mendorong mahasiswa untuk menggunakan paylater sebagai alternatif dalam memenuhi kebutuhan maupun keinginan konsumsi. Kondisi ini mengindikasikan bahwa ShopeePaylater berperan sebagai instrumen yang dapat memperkuat perilaku konsumtif apabila tidak diimbangi dengan kontrol diri dan literasi keuangan yang memadai.

Maka, perilaku konsumsi mahasiswa UMSIDA dalam menggunakan ShopeePaylater menunjukkan kecenderungan cukup hingga tinggi, yang tercermin dari tingginya respons terhadap promosi di media sosial, kecenderungan mengikuti tren, penggunaan fasilitas paylater untuk memenuhi keinginan belanja, serta pembelian barang untuk meningkatkan citra diri. Temuan ini sejalan dengan tingginya minat penggunaan ShopeePaylater yang dipengaruhi

oleh persepsi kemudahan transaksi, ketersediaan promo atau cicilan, serta kemudahan proses pendaftaran, sehingga ShopeePaylater menjadi alternatif metode pembayaran yang menarik bagi mahasiswa UMSIDA.

Karakteristik Pengguna Fasilitas ShopeePaylater yang dapat dilihat pada tabel 3.5

Tabel 3. 2 Karakteristik Pengguna Fasilitas ShopeePaylater

Pengguna Fasilitas ShopeePaylater	Jumlah	Presentase
Apakah Anda pernah menggunakan ShopeePaylater untuk membeli barang?		
Ya	100	100%
Tidak	0	0%
Total	100	100%
Apakah tujuan Anda menggunakan ShopeePaylater?		
Konsumsi pribadi (kebutuhan pribadi)	84	84%
Konsumsi keluarga (kebutuhankeluarga-ayah, ibu, saudara)	11	11%
Kebutuhan produktif (usaha)	5	5%
Total	100	100%
Berapakah dalam 3 bulan Anda menggunakan ShopeePaylater untuk membeli barang?		
<3x (tidak lebih dari 3 kali)	69	69%
>3 x (lebih dari 3 kali)	25	25%
>10 x	6	6%
Total	100	100%
Jenis produk apa saja yang Anda beli dengan ShopeePaylater? (data ganda, responden bisa memilih lebih dari satu)		
Fashion (pakaian, sepatu, asesoris, tas, dst)	69	69%
kebutuhan konsumsi harian (makanan, bensin)	33	33%
kebutuhan obat-obatan	12	12%
elektronik (hp, tv, laptop)	30	30%
kendaraan (sepeda, sepeda motor)	22	22%
Total	166	166%

Sumber : Hasil Kuesioner Penelitian

Tabel 3.2 merepresentasikan karakteristik responden secara komprehensif dalam memanfaatkan fasilitas ShopeePayLater sebagai instrumen pembayaran berbasis kredit. Seluruh responden (100%) tercatat pernah menggunakan ShopeePayLater, yang mengindikasikan tingkat penetrasi layanan yang sangat kuat serta relevansinya dalam aktivitas konsumsi responden. Dari aspek tujuan penggunaan, dominasi konsumsi pribadi sebesar 84% menegaskan bahwa ShopeePayLater lebih diposisikan sebagai alat pemenuhan kebutuhan individual, bukan sebagai sarana pendukung aktivitas ekonomi produktif. Penggunaan untuk konsumsi keluarga yang mencapai 11% menunjukkan pergeseran fungsi layanan ke ranah kebutuhan kolektif rumah tangga, sementara proporsi kebutuhan produktif yang hanya 5% merefleksikan rendahnya orientasi pemanfaatan paylater sebagai modal usaha atau kegiatan yang bersifat menghasilkan.

Dilihat dari intensitas penggunaan dalam kurun waktu tiga bulan, mayoritas responden (69%) menggunakan ShopeePayLater dengan frekuensi rendah, yakni tidak lebih dari tiga kali, yang mengindikasikan pola penggunaan yang relatif terkendali. Namun, keberadaan responden dengan frekuensi penggunaan lebih dari tiga kali (25%) hingga lebih dari sepuluh kali (6%) menunjukkan adanya segmen pengguna dengan kecenderungan konsumsi berulang. Keragaman jenis produk yang dibeli semakin memperkuat gambaran perilaku konsumtif tersebut, di mana kategori fashion mendominasi dengan persentase tertinggi (69%), diikuti kebutuhan konsumsi harian (33%) dan elektronik (30%). Sementara itu, pembelian kendaraan (22%) dan obat-obatan (12%) mencerminkan bahwa ShopeePayLater tidak hanya digunakan untuk kebutuhan sekunder, tetapi juga merambah pada kebutuhan bernilai tinggi dan bersifat esensial, sehingga memperlihatkan luasnya spektrum pemanfaatan layanan ini dalam kehidupan ekonomi responden.

3.1.4 Uji Validitas

Tabel 3. 3 Tabel Validitas

Item	r hitung	r tabel (n = 100; $\alpha = 0,05$)	Keterangan
X1-1	0,631	0,196	Valid
X1-2	0,726	0,196	Valid
X1-3	0,743	0,196	Valid
X1-4	0,676	0,196	Valid
X1-5	0,684	0,196	Valid
X1-6	0,762	0,196	Valid
X1-7	0,770	0,196	Valid
X1-8	0,770	0,196	Valid
X1-9	0,681	0,196	Valid
X1-10	0,789	0,196	Valid
X1-11	0,656	0,196	Valid
X1-12	0,771	0,196	Valid
X2-1	0,811	0,196	Valid
X2-2	0,800	0,196	Valid
X2-3	0,803	0,196	Valid
X2-4	0,824	0,196	Valid
X2-5	0,730	0,196	Valid
X2-6	0,814	0,196	Valid
X2-7	0,802	0,196	Valid
Y-1	0,852	0,196	Valid
Y-2	0,838	0,196	Valid
Y-3	0,823	0,196	Valid
Y-4	0,783	0,196	Valid
Y-5	0,785	0,196	Valid

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 2025

Hasil pengujian validitas sebagaimana disajikan dalam Tabel 3.3 menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan pada variabel Literasi Keuangan Syariah (X1), Perilaku Konsumtif (X2), serta Minat Penggunaan Paylater pada Generasi Z (Y) memiliki koefisien korelasi (r hitung) yang melampaui nilai kritis r tabel sebesar 0,196 pada taraf signifikansi 5% dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Kondisi ini mengindikasikan bahwa setiap indikator telah memenuhi kriteria kelayakan statistik sebagai alat ukur konstruk penelitian. Pada variabel Literasi Keuangan Syariah (X1), nilai r hitung yang diperoleh berada dalam rentang 0,631 hingga 0,789, mencerminkan derajat keterkaitan yang substansial antara setiap item pernyataan dengan skor total variabel. Hal tersebut menegaskan bahwa indikator-indikator yang digunakan

mampu merepresentasikan dimensi konseptual literasi keuangan syariah secara komprehensif dan tidak bersifat ambigu dalam mengungkap pemahaman responden.

Pada variabel Perilaku Konsumtif (X2) menunjukkan nilai r hitung yang relatif tinggi, yaitu berkisar antara 0,730 hingga 0,824. Tingginya koefisien korelasi tersebut mengisyaratkan konsistensi internal yang kuat antarindikator, sehingga setiap pernyataan dapat dikatakan memiliki daya diskriminasi yang memadai dalam menggambarkan kecenderungan perilaku konsumtif responden. Sementara itu, pada variabel Minat Penggunaan Paylater pada Generasi Z (Y), nilai r hitung berada pada rentang 0,783 hingga 0,852, yang mengindikasikan tingkat validitas yang sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa setiap item pernyataan memiliki kemampuan eksplanatoris yang tinggi dalam menangkap intensi responden terhadap penggunaan fasilitas paylater.

3.1.5 Uji Reabilitas

Tabel 3. 4 Tabel Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
X1	0,916	Sangat Reliabel
X2	0,905	Sangat Reliabel
Y	0,874	Sangat Reliabel

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 2025

Berdasarkan hasil uji reliabilitas sebagaimana disajikan dalam Tabel 3.4, seluruh variabel penelitian menunjukkan nilai Cronbach's Alpha yang melampaui batas minimum penerimaan instrumen sebesar 0,70, sehingga dapat dinyatakan memiliki tingkat konsistensi internal yang sangat baik. Variabel Literasi Keuangan Syariah (X1) memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,916, diikuti oleh variabel Perilaku Konsumtif (X2) sebesar 0,905, serta variabel Minat Penggunaan Paylater (Y) sebesar 0,874. Tingginya nilai koefisien tersebut mengindikasikan adanya keterpaduan yang kuat antarbutir pernyataan dalam masing-masing variabel, sehingga instrumen penelitian ini mampu menghasilkan pengukuran yang stabil, ajeg, dan minim bias. Dengan demikian, seluruh instrumen dapat dikategorikan sangat reliabel.

3.1.6 Uji Normalitas

Tabel 3. 5 Uji Kolmogorov-Smirnov

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Unstandardized Residual	.082	100	.090	.972	100	.030

a. Lilliefors Significance Correction

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 2025

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,090, yang melampaui ambang batas signifikansi 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebaran residual dalam model regresi mengikuti pola distribusi yang mendekati distribusi normal. Terpenuhinya asumsi normalitas ini mengindikasikan bahwa model regresi tidak mengalami distorsi distribusional yang signifikan, sehingga proses estimasi parameter dapat dilakukan secara objektif dan minim bias.

3.1.7 Uji Multikolinearitas

Tabel 3. 6 Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.802	3.005		1.930	.056		
	TOTALX1	.083	.045	.169	1.826	.071	.972	1.029
	TOTALX2	.341	.072	.437	4.725	.000	.972	1.029

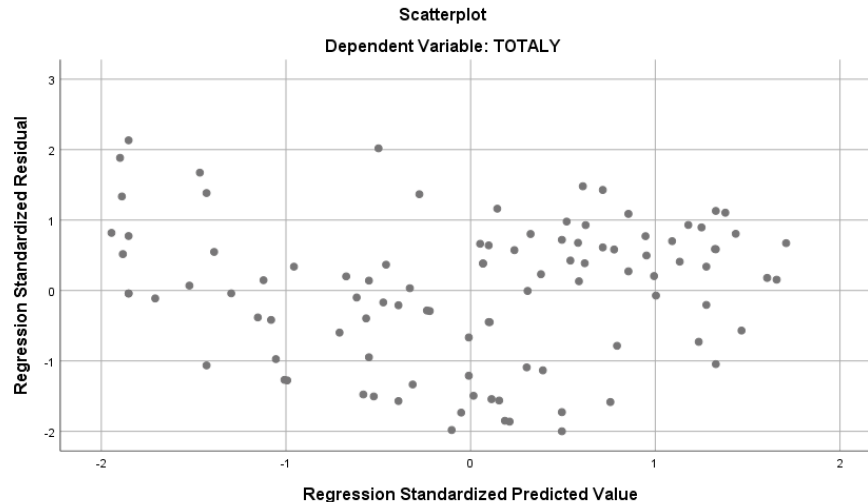
a. Dependent Variable: TOTALY

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 2025

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas yang ditinjau melalui nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF), diketahui bahwa variabel Literasi Keuangan Syariah (TOTALX1) dan Perilaku Konsumtif (TOTALX2) masing-masing memiliki nilai Tolerance sebesar 0,972 dan nilai VIF sebesar 1,029. Nilai tersebut berada di atas ambang batas toleransi minimum dan jauh di bawah batas maksimum VIF yang ditetapkan. Temuan ini mengindikasikan tidak adanya keterkaitan linear yang berlebihan antarvariabel independen, sehingga model regresi terbebas dari permasalahan multikolinearitas dan mampu menghasilkan estimasi parameter yang stabil serta dapat dipercaya.

3.1.8 Uji Heteroskedastisitas

Tabel 3. 7 Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Hasil Olah Data SPSS 2025

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan scatterplot antara nilai prediksi terstandarisasi (ZPRED) dan residual terstandarisasi (ZRESID), terlihat bahwa titik-titik residual tersebar secara acak di atas dan di bawah garis nol sepanjang rentang nilai prediksi. Penyebaran tersebut tidak menunjukkan pola tertentu, baik berupa pola mengerucut, melebar, bergelombang, maupun kecenderungan linear yang sistematis. Selain itu, sebaran residual tampak relatif seimbang pada setiap tingkat nilai prediksi, yang mengindikasikan bahwa varians galat tidak mengalami perubahan yang

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.

signifikan antarobservasi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung gejala heteroskedastisitas, sehingga asumsi homoskedastisitas terpenuhi dan model memiliki kestabilan estimasi yang memadai untuk digunakan dalam analisis inferensial selanjutnya.

3.1.9 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 3. 8 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.441 ^a	.195	.178	3.67776

a. Predictors: (Constant), TOTALX2, TOTALX1

b. Dependent Variable: TOTALY

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 2025

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada Tabel Model Summary, diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,178. Nilai ini menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan Syariah dan Perilaku Konsumtif secara bersama-sama mampu menjelaskan 17,8% perubahan pada Minat Penggunaan Paylater. Adapun 82,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa meskipun kedua variabel independen memiliki kontribusi terhadap minat penggunaan paylater, masih terdapat faktor lain yang berperan cukup besar dalam membentuk minat tersebut.

3.1.10 Uji F (Simultan)

Tabel 3. 9 Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	316.899	2	158.449	11.715	.000 ^b
	Residual	1312.011	97	13.526		
	Total	1628.910	99			

a. Dependent Variable: TOTALY

b. Predictors: (Constant), TOTALX2, TOTALX1

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 2025

Uji F simultan dilakukan untuk mengetahui apakah variabel Literasi Keuangan Syariah (X1) dan Perilaku Konsumtif (X2) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Penggunaan Paylater (Y). Pengujian ini menilai kelayakan model regresi secara keseluruhan, bukan pengaruh variabel secara individual. Berdasarkan hasil uji F pada Tabel ANOVA, diperoleh nilai F hitung sebesar 11,715 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut berada di bawah tingkat kesalahan yang ditetapkan, yaitu 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

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.

Temuan ini mengindikasikan bahwa perubahan pada minat penggunaan paylater tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor secara terpisah, melainkan merupakan hasil dari keterkaitan antara tingkat literasi keuangan syariah dan kecenderungan perilaku konsumtif responden. Dengan kata lain, kedua variabel tersebut secara kolektif berperan dalam membentuk keputusan generasi Z dalam menggunakan fasilitas paylater.

3.1.11 Uji t (parsial)

Tabel 3. 10 Uji t (Parsial)

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients				
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.802	3.005		1.930	.056		
	TOTALX1	.083	.045	.169	1.826	.071	.972	1.029
	TOTALX2	.341	.072	.437	4.725	.000	.972	1.029

a. Dependent Variable: TOTALY

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 2025

Berdasarkan hasil uji t pada tabel Coefficients, variabel Literasi Keuangan Syariah (X1) memperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,083 dengan nilai t hitung sebesar 1,826 dan nilai signifikansi sebesar 0,071. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial literasi keuangan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan paylater. Meskipun demikian, koefisien regresi yang bernilai positif menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan syariah cenderung diikuti oleh peningkatan minat penggunaan paylater, namun pengaruh tersebut belum cukup kuat secara statistik.

Variabel Perilaku Konsumtif (X2) menunjukkan koefisien regresi sebesar 0,341 dengan nilai t hitung sebesar 4,725 serta nilai signifikansi sebesar 0,000, yang berada jauh di bawah batas signifikansi 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa secara parsial perilaku konsumtif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan paylater. Dengan kata lain, semakin tinggi kecenderungan perilaku konsumtif pada generasi Z, maka semakin besar pula minat mereka dalam memanfaatkan fasilitas paylater. Berdasarkan hasil tersebut, pada model regresi ini, perilaku konsumtif merupakan variabel yang memiliki pengaruh dominan, sedangkan literasi keuangan syariah belum menunjukkan pengaruh yang signifikan secara individual terhadap minat penggunaan paylater.

3.1.12 Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 3. 11 Uji Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a			
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
Model					

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.

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.802	3.005		1.930	.056
	TOTALX1	.083	.045	.169	1.826	.071
	TOTALX2	.341	.072	.437	4.725	.000

a. Dependent Variable: TOTALY

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 2025

Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengidentifikasi serta menjelaskan arah dan besaran pengaruh variabel literasi keuangan syariah dan perilaku konsumtif terhadap minat penggunaan layanan Paylater pada mahasiswa Generasi Z di Sidoarjo. Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut.

$$Y = 5,802 + 0,083X1 + 0,341X2$$

Keterangan:

- Y = Minat penggunaan Paylater
- X1 = Literasi keuangan syariah
- X2 = Perilaku konsumtif

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengkaji pengaruh Literasi Keuangan Syariah (X1) dan Perilaku Konsumtif (X2) terhadap Minat Penggunaan Paylater (Y). Hasil analisis menunjukkan bahwa konstanta regresi bernilai 5,802, yang mengindikasikan bahwa ketika literasi keuangan syariah dan perilaku konsumtif berada pada kondisi minimum, minat penggunaan paylater tetap memiliki nilai dasar tertentu. Koefisien regresi literasi keuangan syariah bernilai 0,083, yang menunjukkan adanya hubungan searah antara literasi keuangan syariah dan minat penggunaan paylater. Namun demikian, nilai signifikansi sebesar 0,071 ($> 0,05$) mengindikasikan bahwa pengaruh tersebut belum signifikan secara statistik. Koefisien regresi perilaku konsumtif sebesar 0,341 dengan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$) menunjukkan bahwa perilaku konsumtif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan paylater. Hal ini menegaskan bahwa kecenderungan konsumsi yang tinggi menjadi faktor utama yang mendorong generasi Z dalam memanfaatkan fasilitas paylater.

3.2 Pembahasan

3.2.1 Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Penggunaan Paylater

Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan paylater pada mahasiswa Generasi Z di Sidoarjo. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,071 yang berada di atas batas toleransi kesalahan 0,05. Meskipun demikian, koefisien regresi yang bernilai positif (0,083) mengindikasikan adanya hubungan searah antara literasi keuangan syariah dan minat penggunaan paylater, namun pengaruh tersebut belum cukup kuat secara statistik.

Temuan ini mengindikasikan bahwa tingginya pemahaman mahasiswa terhadap prinsip-prinsip keuangan syariah belum sepenuhnya menjadi faktor penentu dalam pengambilan keputusan penggunaan layanan paylater. Dalam konteks ini, pemahaman mengenai larangan riba, prinsip keadilan, dan transparansi dalam transaksi syariah belum secara langsung membatasi atau mengurangi ketertarikan mahasiswa terhadap layanan paylater yang secara operasional menawarkan

kemudahan dan fleksibilitas pembayaran. Fenomena tersebut dapat dijelaskan melalui karakteristik Generasi Z yang cenderung pragmatis dan berorientasi pada kemudahan. Meskipun memiliki tingkat literasi keuangan syariah yang relatif baik, mahasiswa masih memandang paylater sebagai solusi jangka pendek untuk memenuhi kebutuhan konsumsi. Selain itu, persepsi bahwa paylater merupakan bagian dari sistem e-commerce yang “aman” dan “terkendali” sering kali mengaburkan pertimbangan normatif syariah dalam praktik konsumsi sehari-hari.

Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa studi sebelumnya yang menyatakan bahwa literasi keuangan syariah tidak selalu berbanding lurus dengan perilaku finansial aktual, terutama dalam konteks layanan keuangan digital yang bersifat instan dan persuasif. Dengan demikian, literasi keuangan syariah pada mahasiswa lebih berfungsi sebagai pengetahuan konseptual, namun belum sepenuhnya terinternalisasi dalam pengambilan keputusan finansial praktis, khususnya dalam penggunaan paylater.

3.2.2 Pengaruh Perilaku Konsumtif terhadap Minat Penggunaan Paylater

Berdasarkan hasil uji t, variabel perilaku konsumtif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan paylater, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$) dan koefisien regresi sebesar 0,341. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kecenderungan perilaku konsumtif mahasiswa, maka semakin besar pula minat mereka dalam memanfaatkan layanan paylater.

Perilaku konsumtif yang melekat pada Generasi Z tidak dapat dilepaskan dari dinamika gaya hidup digital, di mana kemudahan akses, promosi agresif, serta pengaruh media sosial membentuk pola konsumsi yang impulsif. Paylater hadir sebagai instrumen yang memperkuat perilaku tersebut dengan menawarkan skema “beli sekarang, bayar nanti”, sehingga hambatan psikologis terhadap keterbatasan dana menjadi semakin berkurang. Hasil ini diperkuat oleh temuan deskriptif penelitian yang menunjukkan bahwa mayoritas responden menggunakan ShopeePayLater untuk konsumsi pribadi (84%) dan didominasi oleh pembelian produk fashion (69%), yang merupakan indikator kuat dari perilaku konsumtif. Frekuensi penggunaan yang relatif berulang pada sebagian responden juga memperlihatkan bahwa paylater menjadi alat yang mendukung pola konsumsi berkelanjutan tanpa perencanaan keuangan yang matang.

Maka, perilaku konsumtif terbukti menjadi faktor dominan yang memengaruhi minat penggunaan paylater. Hal ini menegaskan bahwa keputusan mahasiswa dalam menggunakan layanan paylater lebih didorong oleh dorongan konsumsi dan gaya hidup dibandingkan oleh pertimbangan rasional atau normatif, termasuk aspek keuangan syariah.

3.2.3 Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Perilaku Konsumtif terhadap Minat Penggunaan Paylater

Hasil uji simultan (Uji F) menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah dan perilaku konsumtif secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan paylater, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$). Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun literasi keuangan syariah tidak berpengaruh signifikan secara parsial, keberadaannya tetap memiliki peran ketika dikombinasikan dengan perilaku konsumtif dalam menjelaskan minat penggunaan paylater.

Nilai Adjusted R Square sebesar 0,178 menunjukkan bahwa kedua variabel independen mampu menjelaskan 17,8% variasi minat penggunaan paylater, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain seperti pendapatan, pengaruh teman sebaya, promosi, kemudahan aplikasi, dan kepercayaan terhadap platform. Hal ini menegaskan bahwa minat penggunaan paylater merupakan fenomena multidimensional yang tidak dapat dijelaskan oleh satu atau dua faktor saja. Dalam hal ini, literasi keuangan syariah berperan sebagai faktor pendamping yang berpotensi menyeimbangkan kecenderungan konsumtif, meskipun belum cukup kuat untuk menekan minat penggunaan paylater secara individual. Oleh

karena itu, hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa penguatan literasi keuangan syariah perlu diarahkan tidak hanya pada aspek kognitif, tetapi juga pada pembentukan sikap dan perilaku finansial yang sesuai dengan nilai-nilai syariah.

IV. Kesimpulan

4.1 Kesimpulan

Berlandaskan pada hasil analisis empiris serta pembahasan komprehensif yang telah dipaparkan, dapat dirumuskan sejumlah temuan esensial sebagai berikut. Pertama, literasi keuangan syariah terbukti tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan layanan paylater pada mahasiswa Generasi Z di Kabupaten Sidoarjo.

1. Temuan ini merefleksikan bahwa penguasaan konseptual mengenai prinsip-prinsip keuangan syariah masih berada pada tataran normatif, sehingga belum terinternalisasi secara operasional dalam proses pengambilan keputusan finansial, khususnya dalam pemanfaatan instrumen pembayaran berbasis penundaan.
2. Perilaku konsumtif menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan paylater. Semakin kuat kecenderungan individu dalam mengadopsi pola konsumsi yang impulsif dan berorientasi pada pemenuhan keinginan jangka pendek, semakin besar pula dorongan untuk menggunakan fasilitas paylater sebagai solusi praktis dalam mengakomodasi kebutuhan semu maupun keinginan instan. Kondisi ini mengindikasikan bahwa paylater dipersepsikan bukan sekadar sebagai alat pembayaran, melainkan sebagai enabler gaya hidup konsumtif di kalangan mahasiswa.
3. Literasi keuangan syariah dan perilaku konsumtif secara simultan terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan paylater, meskipun dominasi pengaruh secara substansial berasal dari variabel perilaku konsumtif. Hal ini menegaskan bahwa pembentukan minat terhadap penggunaan paylater merupakan hasil interaksi antara dimensi kognitif dan afektif-perilaku, dengan kecenderungan konsumtif sebagai faktor determinan utama.
4. Secara menyeluruh, temuan penelitian ini mengisyaratkan bahwa problematika utama penggunaan paylater di kalangan mahasiswa tidak semata-mata bersumber pada defisit pengetahuan finansial, melainkan lebih pada lemahnya kontrol diri dalam perilaku konsumsi. Oleh sebab itu, diperlukan penguatan edukasi keuangan syariah yang bersifat kontekstual, aplikatif, dan berorientasi pada internalisasi nilai-nilai tanggung jawab finansial guna membentuk karakter ekonomi yang matang dan beretika di tengah dinamika ekosistem digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, C., Zulfachry, Rahmatya, W., Lady, diana warpindyastuti, Jana, siti nor khansanah, Budi, H., Nita, fauziah oktaviani, Muhammad, irfai sohilauw, Lucky, N., Judi, S., & V, santi paramita. (2023). Literasi Keuangan. In *Banking Journalist Academy* (Issue June).
- Adiyanto & Purnomo. (2021). Dampak Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Keuangan Syariah. *Jurnal Administrasi Kantor*, 9(1), 1–12.
- Ardyansyah, A. F., & Indrawati, N. K. (2024). The influence of financial knowledge on financial management behavior with locus of control and financial attitude as mediation variables: Study on generation Z of pay-later e-commerce users in Java. *International Journal of Research in Business and Social Science*, 13(4), 265–276.
- Ghani Alghifari, & Firman Firman. (2025). Gaya Hidup, Literasi, dan Konsumsi: Studi Perilaku Konsumtif Generasi Z Pengguna Shopee PayLater di Kota Padang. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 5(1), 243–260. <https://doi.org/10.55606/jaemb.v5i1.5993>

- H, T., D, R., H, R., & Indriyani. (2023). Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Image. *Journal of Management & Business*, 4(1), 373–381. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i1.1268>
- Khoiriyah, A. B. (2025). *BNPL Tumbuh Pesat, Generasi Milenial Dominasi Pengguna Paylater*. Beritakini.
- Leviani, M., & MN, N. (2025). Gen Z's Financial Dilemma: Convenience Today, Consequences Tomorrow? *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 7(3), 965–974. <https://doi.org/10.24912/jmk.v7i3.34639>
- Mariyani, K., & Risanta, M. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Perilaku Pembelian Impulsif Terhadap Penggunaan Shopee Paylater Pada Generasi Z di Banjarmasin. *ECo-Fin*, 7(2), 1169–1180. <https://doi.org/10.32877/ef.v7i2.2529>
- Marjohan, M., Supratikta, H., Rusdiana, E., Nurdin, A. C., Cahyanto, A. B., Istiqomah, I., & Airlanggia, V. (2025). Teknologi dan Inovasi di Dunia Keuangan. *Jurnal EMT KITA*, 9(4), 1424–1432. <https://doi.org/10.35870/emt.v9i4.4710>
- Marwal, M. R., Amalo, F., Hasyim, A. M., Suyatno, A., & Rendah, M. B. (2023). Strategi Peningkatan Literasi Keuangan Untuk Masyarakat Berpenghasilan Rendah. *Journal, Communnity Development*, 4(5), 9769–9773.
- Nur Naning Rum, R. P. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan Pada Minat Penggunaan Shopee Paylater*. 3(6), 1019–1026.
- Nurfitri, A. R., & Setyaningsih, E. (2025). 2963-2981. 5, 2963–2981.
- Sari, M. M. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah Angkatan 2018-2019*. 1(2).
- Sintawati, D., Nizar, M., Fahmul Iltiham, M., & Farida, A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Perilaku Konsumtif terhadap Minat Jasa Pinjaman Online. *JIESP Journal of Islamic Economics Studies and Practices*, 2(1), 75–87. <https://doi.org/10.54180/jiesp.2023.2.1.75-87>
- Ulfah, M., Ellyawati, N., & Astuti, R. F. (2022). *Pengaruh Modernitas dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa*. 14(2), 237–245.
- Waluyo, Nurohman, Y. A., & Qurniawati, R. S. (2022). Buy Now, Pay Later: Apakah Paylater Mempengaruhi Pembelian Impulsif Generasi Muda Muslim? *Among Makarti*, 15(3), 319.
- Zahroh, A., Septiana, A., & Arief, R. Z. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Manfaat terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pinjaman Online Spaylater pada Mahasiswa di Kabupaten Bangkalan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 15(1), 55–62. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v15i1.63061>

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.