

Pengaruh Literasi Keuangan Digital Dan Gaya Hidup Konsumtif Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee *Paylater* Pada Mahasiswa Gen Z (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Dehasen Bengkulu)

The Influence Of Digital Financial Literacy And Consumptive Lifestyle On The Decision To Use Shopee Paylater Among Gen Z Students (Case Study On Management Students At Dehasen University, Bengkulu)

Danny Rhamadan ¹⁾; Neri Susanti ²⁾; Dennis ³⁾

^{1,2,3)} *Study Program Of management, Faculty Of Economic and Business, Universitas Dehasen Bengkulu*

Email: dannyrh02@gmail.com ;²⁾ nearysanti@gmail.com ;³⁾ tambunandennis376@gmail.com

How to Cite :

Rhamadhan. D., Susanti. N., Dennis. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Digital Dan Gaya Hidup Konsumtif Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater Pada Mahasiswa Gen Z (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Dehasen Bengkulu). *Innovative Business Management Journal*. 2(1).

ARTICLE HISTORY

Received [15 Oktober 2025]

Revised [20 November 2025]

Accepted [21 November 2025]

KEYWORDS

Digital Financial Literacy, Consumer Lifestyle, Shopee Paylater, Generation Z.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan digital dan gaya hidup konsumtif terhadap keputusan penggunaan Shopee *PayLater* pada mahasiswa Generasi Z di Universitas Dehasen, Bengkulu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan metode purposive sampling sebanyak 86 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring dan dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan digital berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan Shopee *PayLater*, dengan nilai t_{hitung} sebesar $3,928 > t_{tabel}$ $1,663$ dan tingkat signifikansi $0,00 < 0,05$. Gaya hidup konsumtif juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan Shopee *PayLater*, dengan nilai t_{hitung} sebesar $7,345 > t_{tabel}$ $1,663$ dan tingkat signifikansi $0,00 < 0,05$. Secara simultan, kedua variabel memiliki pengaruh yang signifikan, dengan nilai F_{hitung} $69,443 > F_{tabel}$ $3,11$ dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai R^2 sebesar $0,626$ menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut menjelaskan $62,6\%$ variasi dalam keputusan penggunaan Shopee *PayLater*. persamaan regresi linier berganda menunjukkan $Y = 0,403 + 0,408(X_1) + 0,575(X_2) + e$. Dengan demikian, semakin tinggi literasi keuangan digital dan semakin berorientasi pada gaya hidup konsumtif mahasiswa, semakin besar kemungkinan mereka menggunakan Shopee *PayLater*.

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of digital financial literacy and consumptive lifestyle on the decision to use Shopee *PayLater* among Generation Z students at Dehasen University, Bengkulu. The study employed an associative quantitative approach with a purposive sampling method involving 86 respondents. Data were collected through an online questionnaire and analyzed using multiple linear regression analysis with the help of SPSS version 25. The results showed that digital financial literacy has a significant effect on the decision to use Shopee *PayLater*, with a t-value of $3.928 > t$ -table of 1.663 and a significance level of $0.00 < 0.05$. Consumptive lifestyle also has a significant effect on the decision to use Shopee *PayLater*, with a t-value of $7.345 > t$ -table of 1.663 and a significance level of $0.00 < 0.05$. Simultaneously, both variables have a significant effect, with an F-value of $69.443 > F$ -table of 3.11 and a significance level of $0.000 < 0.05$. The R^2 value of 0.626 indicates that these two variables explain 62.6% of the variation in the decision to use Shopee *PayLater*. The multiple linear regression equation is expressed as $Y = 0.403 + 0.408(X_1) + 0.575(X_2) + e$. Thus, the higher the level of digital financial literacy and the more consumptive the students' lifestyle, the greater the likelihood that they will use Shopee *PayLater*.

PENDAHULUAN

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2022), tingkat inklusi keuangan di Indonesia telah mencapai 85,10%, menunjukkan semakin luasnya adopsi layanan keuangan digital. Namun, kemudahan ini juga memunculkan tantangan baru terhadap perilaku konsumtif, terutama di kalangan generasi muda. Salah satu inovasi fintech yang berkembang pesat adalah layanan **Buy Now, Pay Later (BNPL)**, seperti Shopee PayLater. Layanan ini memungkinkan pengguna membeli produk dengan sistem cicilan tanpa kartu kredit. Berdasarkan laporan DSInnovate (2022), Indonesia merupakan salah satu pasar BNPL terbesar di Asia Tenggara dengan pertumbuhan tahunan lebih dari 20%. Shopee PayLater menjadi pilihan populer di kalangan mahasiswa dan Generasi Z karena kemudahan penggunaan, promosi menarik, dan fleksibilitas pembayaran.

Hal ini menjadikan BNPL tidak hanya alat keuangan, tetapi juga strategi pemasaran digital yang berpengaruh terhadap perilaku konsumsi. Generasi Z, yang lahir antara 1997–2012, merupakan pengguna utama layanan digital dan e-commerce. Namun, survei McKinsey (2022) menunjukkan bahwa mereka lebih banyak membelanjakan uang untuk gaya hidup dibandingkan menabung. Kondisi ini semakin diperkuat dengan rendahnya tingkat literasi keuangan digital di kalangan mahasiswa Indonesia, yang menurut OJK (2022) baru mencapai 49,68%.

Rendahnya literasi keuangan dapat mendorong perilaku konsumtif dan penggunaan layanan kredit tanpa pertimbangan matang. Sebagian besar penelitian sebelumnya membahas literasi keuangan dan gaya hidup konsumtif secara terpisah, tanpa mengaitkannya dengan penggunaan BNPL. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan digital dan gaya hidup konsumtif terhadap keputusan penggunaan Shopee PayLater pada mahasiswa Generasi Z, khususnya mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Dehasen Bengkulu

LANDASAN TEORI

Pengaruh literasi keuangan

Keuangan merupakan aspek yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat luas, sebab dalam aktivitas sehari-hari manusia tidak dapat terlepas dari kebutuhan finansial. Seseorang yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik akan mampu memandang uang dari perspektif yang lebih bijaksana serta memiliki kendali yang lebih baik terhadap kondisinya.

Menurut Ardila et al. (2021:87) menyatakan bahwa *Financial literacy is a series of processes or activities to improve the knowledge, beliefs and skills of consumers and the wider community so that they are able to manage finances better*. Secara umum dapat diartikan sebagai literasi keuangan adalah rangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*), keyakinan (*confidence*) konsumen dan masyarakat luas sehingga mereka mampu mengelola keuangan pribadi lebih baik (Adinata et al., 2023). Menurut Juky Mariska dalam Wijoto, (2022) tentang pentingnya literasi keuangan adalah berikut ini:

1. Mampu Mengelola Keuangan Secara Teratur
Informasi dan wawasan literasi keuangan akan membuat individu mampu mengatur keuangan dengan baik. Dengan literasi keuangan, alokasi finansial dapat terdistribusi secara lebih bijak dan terencana. Sehingga terciptanya kondisi keuangan yang sehat dan seimbang.
1. Mengurangi Risiko Menjadi Korban Penipuan
Literasi keuangan membuat individu memiliki banyak pengetahuan terkait keuangan. Pengetahuan ini akan membantu Anda menyeleksi produk/ layanan finansial asli dan mana yang penipuan. Sehingga bisa menghindarkan diri dari kerugian.
2. Mempunyai Kesejahteraan Hidup
Dalam jangka panjang, literasi keuangan akan membantu individu mencapai kesejahteraan dan ketenteraman hidup.

Menurut Chen dan Volve (1998) dalam (Herdinata, & Pranataasari, 2020) literasi keuangan dibagi menjadi 4 indikator yaitu pengetahuan uang dasar (*Basic financial knowledge*), simpanan dan pinjaman (*saving and borrowing*), proteksi (*insurance*), investasi

Gaya Hidup Konsumtif

Merupakan pola perilaku individu dalam menjalani kehidupan sehari-hari yang tercermin melalui cara berpakaian, berinteraksi, mengonsumsi barang dan jasa, serta dalam mengelola waktu dan keuangannya (Wahyuni & Nur, 2025). Gaya hidup juga dapat diartikan sebagai pola kehidupan yang menunjukkan

bagaimana seseorang mengalokasikan energinya pada berbagai aktivitas, minat, dan opini yang dipilih serta dijalani setiap hari. Dengan demikian, gaya hidup mencerminkan cara seseorang menjalani kehidupan, mengatur keuangan, dan memanfaatkan waktunya secara keseluruhan. Gaya hidup dapat diamati dari rutinitas sehari-hari, cara individu merespons berbagai hal di sekitarnya, dan tingkat kepeduliannya terhadap lingkungan (Shahnaz Akhtar, 2023). Dengan demikian, gaya hidup dapat dimaknai sebagai pola hidup seseorang dalam mengelola waktu serta penggunaan sumber daya keuangannya. Gaya hidup konsumtif diartikan sebagai perilaku individu yang dipengaruhi oleh faktor-faktor sosiologis di dalam kehidupannya yang dituntut untuk mengkonsumsi secara berlebihan atau pemborosan dan tidak terencana terhadap barang dan jasa yang kurang atau bahkan tidak perlu. Menurut Kotler. & Keller. (2022). gaya hidup konsumtif dibagi menjadi 4 indikator yaitu Frekuensi membeli karena promosi/diskon, Kecenderungan membeli impulsif Pengaruh teman, keluarga, dan media terhadap keputusan belanja, Pengeluaran untuk keinginan dibanding kebutuhan.

Shopee PayLater

Mekanisme penggunaan shopee *Paylater* ini cukup mudah. Pengguna hanya perlu memilih barang yang akan di beli kemudian memilih metode pembayaran shopee *Paylater* kemudian memilih tenggat waktu yang akan di ambil (Leonita & Wulandari, 2024). *Shopee Paylater* merupakan produk hasil kerjasama dari PT Commerce Finance (Perusahaan Pembiayaan), yaitu PT Lentera Dana Nusantara (Platform P2P Lending) dan PT Shopee Internationa Indonesia (Shopee). *Shopee Paylater* atau yang biasa dikenal dengan *SPalylater* merupakan sebuah fitur layanan alat pembayaran yang disediakan untuk para pengguna aplikasi Shopee. *SPalylater* adalah metode pembayaran dalam bentuk pinjaman instan dengan bunga yang sangat minim (Silvialorensa et al., 2024).

METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2023:16), metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif yang bersifat menyatakan hubungan pengaruh karena bertujuan untuk meneliti dan mengetahui Pengaruh Literasi Keuangan Digital dan Gaya Hidup Konsumtif Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee *Paylater* Pada Mahasiswa Gen Z (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen di Universitas Dehasen Bengkulu)

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan non-probability sampling dengan metode purposive sampling, yaitu penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun kriteria responden adalah mahasiswa Gen Z (lahir tahun 1997–2012) Prodi manajemen Universitas Dehasen Bengkulu yang menggunakan Shopee dan pernah menggunakan shopee *paylater*. jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%. Dari hasil perhitungan diperoleh jumlah responden sebanyak 86 orang.” Dengan populasi 612 orang (Sumber data: Prodi Manajemen 2025) dan margin of error 10%. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari “sangat tidak setuju” hingga “sangat setuju”. Sekala ini dipilih karena menunjukkan tingkat persetujuan responden secara jelas dan memudahkan penelitian untuk mengolah data secara kuantitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Tabel 1 Uji Validitas

No	Item Pertanyaan	R-tabel (n-2)	R-hitung	Keterangan
Literasi Keuangan Digital				
1.	X1.1	0,2120	0,652	Valid
2.	X1.2	0,2120	0,755	Valid
3.	X1.3	0,2120	0,699	Valid
4.	X1.4	0,2120	0,681	Valid
5.	X1.5	0,2120	0,809	Valid
6.	X1.6	0,2120	0,716	Valid
7.	X1.7	0,2120	0,799	Valid

8.	X1.8	0,2120	0,718	Valid
Gaya Hidup Konsumtif				
1.	X2.1	0,2120	0,712	Valid
2.	X2.2	0,2120	0,672	Valid
3.	X2.3	0,2120	0,853	Valid
4.	X2.4	0,2120	0,816	Valid
5.	X2.5	0,2120	0,776	Valid
6.	X2.6	0,2120	0,757	Valid
7.	X2.7	0,2120	0,772	Valid
8.	X2.8	0,2120	0,764	Valid
Penggunaan Shopee Paylater				
1	Y1	0,2120	0,768	Valid
2	Y2	0,2120	0,737	Valid
3	Y3	0,2120	0,778	Valid
4	Y4	0,2120	0,834	Valid
5	Y5	0,2120	0,780	Valid
6	Y6	0,2120	0,824	Valid
7	Y7	0,2120	0,844	Valid
8	Y8	0,2120	0,834	Valid

Seluruh item pada ketiga variabel memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, sehingga instrumen kuesioner yang digunakan valid dan layak digunakan dalam penelitian

Tabel 2 Uji reliabilitas

Variabel	<i>cronbach's alpha</i>	Jumlah item	Keterangan
Literasi Keuangan Digital (XI)	0,909	8	<i>Reliabel</i>
Gaya Hidup Konsumtif (X2)	0,917	8	<i>Reliabel</i>
Keputusan Penggunaan Shopee Paylater (Y)	0,924	8	<i>Reliabel</i>

Nilai *cronbach's alpha* di atas di atas 0,90. Hal ini berarti seluruh instrumen penelitian sangat reliabel, sehingga dapat digunakan pada tahap analisis berikutnya.

Tabel 3 Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a						
Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	0.403	3.183		0.127	0.900
	X1	0.408	0.104	0.311	3.928	0.000
	X2	0.575	0.078	0.581	7.345	0.000

Dari hasil tersebut, diperoleh persamaan regresi linier berganda:

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

$$Y = 0,403 + 0,408X_1 + 0,575X_2 + 3,183$$

Konstanta (0,403) menunjukkan bahwa jika seluruh variabel independen bernilai nol, maka keputusan penggunaan shopee paylater memiliki nilai dasar sebesar 0,403. Koefisien Pengaruh literasi keuangan digital (0,408): Setiap peningkatan satu satuan pada variabel pengaruh literasi keuangan digital akan meningkatkan keputusan penggunaan shopee paylater sebesar 0,403 satuan. Koefisien gaya hidup konsumtif (0,575): setiap peningkatan satu satuan pada gaya hidup konsumtif akan meningkatkan keputusan penggunaan shopee paylater sebesar 0,575 satuan.

Tabel 4 Hasil uji Detrminasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.791 ^a	0.626	0.617	3.44957
a. Predictors: (Constant), X2, X1				

Nilai R squad sebesar 0,626 menunjukkan bahwa sebesar 62,6% variasi keputusan penggunaan shopee paylater dapat dijelaskan oleh variabel pengaruh literasi dan gaya hidup konsomtif secara bersama-sama sedangkan sisnya 37,4% di jelaskan oleh variabel lain.

Tabel 5 uji t (persial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0.403	3.183		0.127	0.900
	X1	0.408	0.104	0.311	3.928	0.000
	X2	0.575	0.078	0.581	7.345	0.000

Nilai t_{hitung} semua variabel $> t_{tabel}$ (1,663) dan nilai signifikansi $< 0,05$ artinya Pengaruh Literasi Keuangan Digital dan Gaya Hidup Konsumtif masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Penggunaan Shopee Paylater.

Tabel 6 uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1652.666	2	826.333	69.443	.000 ^b
	Residual	987.660	83	11.900		
	Total	2640.326	85			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X2, X1						

Nilai $F_{hitung}=69,443$ lebih besar dari $F_{tabel}= 3,11$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan Pengaruh Literasi Keuangan Digital dan Gaya Hidup Konsumtif berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater.

Pembahasan

Pengaruh Literasi Keuangan Digital Terhadap Mahasiswa Gen Z.

Hasil uji Pengaruh literasi keuangan digital (X1) menunjukkan $t_{hitung} 3,928 > t_{tabel}$ dan signifikansi $0,00 < 0,05$, maka dari hipotesis H_a diterima dan H_0 ditolak, berarti pengaruh literasi keuangan digital X_1

berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan shopee *Paylater* (Y) pada mahasiswa gen z. Literasi keuangan adalah menjadi salah satu elemen yang paling penting dalam pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan. Berdasarkan Hasil uji Pengaruh literasi keuangan digital (X1) menunjukkan $t_{hitung} 3,928 > t_{tabel}$ dan signifikansi $0,00 < 0,05$, maka dari hipotesis H_a diterima dan H_0 ditolak, berarti pengaruh literasi keuangan digital X_1 berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan shopee *Paylater* (Y) pada mahasiswa gen z.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Vettyca Diana Saputri, Karona Cahya Susena, dan Lydia Gustina Putri (2025) dari Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Dehasen Bengkulu dengan judul "Factors That Influence Financial Behaviour in Generation Z in Bengkulu City" menggunakan metode kuantitatif dengan sampel 100 responden Generasi Z. Hasil penelitian menunjukkan bahwa financial attitude (sig. 0,024 < 0,05), financial knowledge (sig. 0,022 < 0,05), dan financial self-efficacy (sig. 0,000 < 0,05) berpengaruh signifikan terhadap financial behaviour berdasarkan uji t. Secara simultan, ketiga variabel tersebut juga berpengaruh signifikan terhadap financial behaviour (uji F, sig. 0,000 < 0,05) dengan nilai koefisien determinasi R^2 sebesar 0,593, yang berarti 59,3% perilaku keuangan dipengaruhi oleh financial attitude, knowledge, dan self-efficacy, sementara sisanya 40,7% dipengaruhi faktor lain di luar penelitian.

Gaya hidup konsumtif

Dalam analisis yang di lakukan, di peroleh hasil uji gaya hidup konsumtif (X2) menunjukan $t_{hitung} 7.345 > t_{tabel}$ dan signifikansi $0,00 < 0,05$, maka dari hipotesis H_a diterima dan H_0 di tolak, berarti gaya hidup konsumtif X2 berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan shopee *Paylater* pada mahasiswa gen z yang ada di prodi manajemen Universitas Dehasen Bengkulu.

Sejalan dengan penelitian Kristin Mariyani & Muhammad Risanta (2025) meneliti *pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan perilaku pembelian impulsif terhadap penggunaan Shopee Paylater pada generasi Z di Banjarmasin*. Hasilnya, literasi keuangan, gaya hidup, dan perilaku impulsif semuanya berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan Shopee *Paylater*.

Pengaruh Simultan Literasi Keuangan Digital, Gaya Hidup Konsumtif Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater

Hasil uji F menunjukkan bahwa ketiga variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan shopee *Paylater*, dengan nilai F hitung sebesar 69,443 dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Pengaruh literasi keuangan digital dan gaya hidup konsumtif mampu secara bersama-sama meningkatkan keputusan penggunaan shopee *Paylater* pada mahasiswa gen z. Hal ini di buktikan karena persamaan regresi linier berganda menunjukkan $Y = 0,403 + 0,408(X_1) + 0,575(X_2) + e$ Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Kristin Mariyani & Muhammad Risanta (2025) yang menyatakan bahwa literasi keuangan, gaya hidup dan pembelian impulsif semuanya berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan shopee *Paylater*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Literasi keuangan digital (X_1) berpengaruh signifikan terhadap penggunaan shopee *Paylater* pada mahasiswa gen z (Y) di Universitas Dehasen Bengkulu. Hal ini berarti semakin baik pengetahuan mahasiswa tentang literasi keuangan digital maka akan meningkatkan keputusan penggunaan shopee *paylater*
2. Gaya hidup konsumtif (X_2) berpengaruh signifikan terhadap penggunaan shopee *Paylater* pada mahasiswa gen z (Y) di Universitas Dehasen Bengkulu. Hal ini berarti semakin baik pengetahuan mahasiswa tentang gaya hidup konsumtif maka akan meningkatkan keputusan penggunaan shopee *paylater*
3. Literasi keuangan digital (X_1), gaya hidup konsumtif (X_2), berpengaruh signifikan terhadap penggunaan shopee *Paylater* pada mahasiswa gen z (Y) di universitas dehasen Bengkulu. Hal ini berarti semakin baik pengetahuan mahasiswa tentang literasi keuangan digital dan gaya hidup konsumtif maka akan meningkatkan keputusan penggunaan shopee *paylater*.

Saran

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan refleksi agar mahasiswa lebih meningkatkan pemahaman dan kesadaran terhadap literasi keuangan digital, terutama dalam konteks pengelolaan keuangan pribadi.
2. Meningkatkan literasi keuangan mahasiswa melalui seminar, workshop, ataupun kuliah umum yang berfokus pada pengelolaan keuangan pribadi, digital financial literacy, serta penggunaan layanan *fintech* secara bijak. Dengan adanya kegiatan tersebut, diharapkan mahasiswa tidak hanya menjadi pengguna aktif layanan keuangan digital, tetapi juga menjadi individu yang cerdas finansial (*financially literate*) dan mampu mengambil keputusan keuangan dengan penuh pertimbangan dan tanggung jawab
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas objek penelitian, tidak hanya pada mahasiswa Universitas Dehasen Bengkulu, tetapi juga melibatkan mahasiswa dari universitas lain atau kelompok demografis berbeda, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasi dengan lebih baik, peneliti juga dapat menambahkan variabel lain yang relevan, seperti pengaruh media sosial, tingkat pendapatan, pengaruh keluarga, kontrol diri, maupun faktor psikologis yang turut memengaruhi keputusan penggunaan layanan Shopee *Paylater*

DAFTAR PUSTAKA

- Adinata, R., Susena, K. C., & Wagini, W. (2023). The Effect Of Financial Literacy And Lifestyle On Employee Financial Management At Regional Secretariat, Lebong District. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Bisnis Digital*, 2(2), 203–216. <https://doi.org/10.37676/jambd.v2i2.4380>
- Aldani, F. W. (2023). Pengaruh literasi keuangan, media sosial, dan gaya hidup terhadap keputusan penggunaan Shopee Paylater di Boyolali. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(2), 88–97.
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). An analysis of personal financial literacy among college students. *Financial Services Review*, 7(2), 107–128.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (Edisi ke-10). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- George, D., & Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference*. Boston: Allyn & Bacon.
- Herdinata, C., & Pranataasari, A. (2020). Analisis literasi keuangan mahasiswa di era digital. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(1), 45–57.
- Kotler, & Keller. (2022). *Marketing Management* (Pearson).
- Leonita, D., & Wulandari, S. (2024). Pengaruh Fitur Shopee Paylater, Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Progam Studi Manajemen Angkatan 2020). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 13(02), 554–566. <https://doi.org/10.22437/jmk.v13i02.33657>
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2022). *Laporan inklusi keuangan Indonesia*. Jakarta: OJK.
- Prof. H.Imam Ghozali, M.Com, Ph.D, CA, A. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 26. In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Saputri, V., Susena, K., & Putri, L. (2025). Factors That Influence Financial Behaviour In Generation Z In Bengkulu City. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 259–272. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v13i1.7232>
- Shahnaz Akhtar. (2023). Sustainable Lifestyle: A Path towards Environmental Sustainability and Sustainable Development. *Management Journal for Advanced Research*, 3(4), 50–53. <https://doi.org/10.54741/mjar.3.4.8>
- Silvalorensa, D. D., Hartono, & Dwihandoko, T. H. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Penggunaan Spaylater pada Generasi Z di Kecamatan Magersari Kota Mojokerto. *Jurnal Bisnis Manajemen*, 2(3), 51–56.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi Kedua, Cetakan ke-5). Bandung: Alfabeta.
- Wahyuni, S. F., & Nur, F. (2025). Mandiri: Jurnal Akuntansi dan Keuangan Perilaku Konsumtif Belanja Online pada Tenaga Kerja Muda di Kota Medan Ditinjau dari Literasi Keuangan, Pendapatan,

- Gaya Hidup Melalui Locus of Control Sebagai Pemoderasi. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 4(2)
- Wijoto, R. (2022). *Inilah Manfaat Literasi Keuangan*. Beritajatim.Com.
- Zahra, Aulia, Umi Khairani, and Dini Lestari. 2023. "Pengaruh Fomo, Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FakultasEknomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara." *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)* 3(2):3204–26.