

**PENGARUH GAYA HIDUP, LITERASI KEUANGAN, DAN KONTROL
DIRI TERHADAP PENGGUNAAN *PAYLATER* PADA GENERASI Z DI
SOLO RAYA**



TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi

Oleh:
Luthfia Az Zahra
22210006

**PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA
2026**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Tugas Akhir

PENGARUH GAYA HIDUP, LITERASI KEUANGAN, DAN KONTROL DIRI TERHADAP PENGGUNAAN PAYLATER PADA GENERASI Z DI SOLO RAYA

Oleh:
Luthfia Az Zahra
22210006

Disetujui dan dipertahankan di hadapan
Dewan Penguji Tugas Akhir Program Studi S1 Akuntansi
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Sukoharjo, 14 Oktober 2025
Dosen Pembimbing



Ari Susanti, S.Pt., M.M.
NUPTK. 1755761662230220

PENGESAHAN PENGUJI

Tugas Akhir

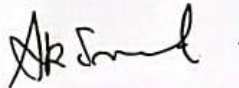
PENGARUH GAYA HIDUP, LITERASI KEUANGAN, DAN KONTROL DIRI TERHADAP PENGGUNAAN *PAYLATER* PADA GENERASI Z DI SOLO RAYA

Oleh:
Luthfia Az Zahra
22210006

Telah diterima dan disahkan oleh Dewan Penguji Tugas Akhir
Program Studi S1 Akuntansi
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Sukoharjo, 05 Januari 2026
Dewan Penguji

Ari Susanti, S.Pt., M.M
Ketua

: 

Dewi Ika Oktavia, S.E., M.Si
Anggota

: 

Mengetahui,

Ketua STIE Surakarta



Aditya Liliyan, S.M.B., M.M.
Suriprta K. 5438767668131040

Kepala Program Studi S1 Akuntansi



Dika Puspitaningrum, S.Ak., M.Ak.
NUPTK. 2856776677230130

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Luthfia Az Zahra

NIM : 22210006

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir yang berjudul:

PENGARUH GAYA HIDUP, LITERASI KEUANGAN, DAN KONTROL DIRI TERHADAP PENGGUNAAN PAYLATER PADA GENERASI Z DI SOLO RAYA adalah betul-betul karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam Tugas Akhir ini diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan Tugas Akhir dan gelar yang saya peroleh dari Tugas Akhir ini.

Klaten, 14 Oktober 2025

Yang Membuat Pernyataan,



Luthfia Az Zahra

MOTTO

Sebenarnya tidak ada yang perlu dikhawatirkan, Allah memang tidak menjajikan hidupmu selalu mudah. Tetapi, dua kali Allah berjanji bahwa:

“fa inna ma’al-‘usri yusra, inna ma’al-‘usri yusra”

(QS. Al-Insyirah: 5-6)

“Dan mintalah pertolongan dengan sabar dan sholat”

(QS. Al-Baqaran: 45)

“Jangan engkau bersedih, sesungguhnya Allah bersama kita”

(QS. At-Taubah: 40)

“Pada akhirnya, ini semua hanya permulaan”

(Nadin Amizah)

“Tetaplah tumbuh di sela-sela ketidakanggupan yang hampir mengalahkan perjuangan”

(Baskara Langit)

“Temukan makna hidupmu sendiri”

(Baskara-Hindia)

“Bukan berarti nasib tidak berpihak sama kamu, tapi nasib yang lebih baik semoga lagi nunggu kamu”

(Harry Vaughan)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, Tuhan yang Maha Mulia, Maha Tinggi, serta Maha Agung, karena berkat rahmat serta kesempatan yang diberikan, sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir skripsi. Hasil penelitian yang sederhana ini, penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua, terimakasih atas doa, semangat, motivasi, pengorbanan, nasihat serta kasih sayang yang tidak pernah henti sampai saat ini.
2. Adik saya, terima kasih telah menjadi penyemangat dalam mengerjakan penelitian ini.
3. Sahabat saya, Larasati Dwi F.Z yang selalu menemani saya untuk mengerjakan penelitian ini, memberikan support yang luar biasa dan selalu memberikan energi positif di kehidupan penulis.
4. Harry Vaughan, terimakasih telah memberikan semangat, energi, motivasi secara virtual dalam proses penelitian ini.
5. Diri sendiri, terimakasih sudah bertahan sejauh ini, menyelesaikan masa studi hingga akhir, mampu berdiri kokoh walau jalan tidak selalu mulus, kamu hebat, luar biasa, dan selamat bertempur di pertempuran yang akan datang.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan kelancaran, kekuatan, dan petunjuk-Nya sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan tepat waktu. Tanpa berkat dan rahmat-Nya, penulis tidak akan mampu menyelesaikan karya ini.

Dengan rasa penuh syukur, penulis berhasil menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup, Literasi Keuangan, dan Kontrol Diri Terhadap Penggunaan PayLater pada Generasi Z di Solo Raya” sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Akuntansi.

Tak lupa, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam proses penulisan penelitian ini. Penghargaan dan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Aditya Liliyan, S.M.B., M.M. Selaku Ketua STIE Surakarta
2. Ibu Dika Puspitaningrum, S.Ak., M.Ak. Selaku Kaprodi SI Akuntansi STIE Surakarta
3. Bapak Ismunawan, S.E., M.Si. Selaku Dosen Pembimbing Akademik
4. Ibu Ari Susanti, S.Pt., M.M. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi
5. Bapak dan Ibu Dosen serta karyawan STIE Surakarta.
6. Orang tua penulis serta teman-teman yang telah memberikan dukungan.

Demikian yang dapat penulis sampaikan, semoga memberikan manfaat bagi semua. Apabila terdapat salah kata, mohon maaf yang sebesar-besarnya.

Klaten, 14 Oktober 2025



Penulis

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
PENGESAHAN PENGUJI.....	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II	12
LANDASAN TEORI	12
A. Kajian Teori	12
1. Gaya Hidup	12
2. Literasi Keuangan.....	14
3. Kontrol Diri	15
4. Penggunaan <i>PayLater</i>	16
B. Penelitian Terdahulu.....	18
C. Kerangka	25
D. Hipotesis	26
BAB III.....	29
METODE PENELITIAN	29
1. Tempat dan Waktu	29
2. Sumber Data.....	29
3. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	30

4. Populasi dan Sampel.....	30
5. Teknik Pengumpulan Data	31
6. Definisi Operasional Variabel.....	32
7. Teknik Analisis Data	37
BAB IV	42
HASIL DAN PEMBAHASAN	42
A. Identitas Responden	42
B. Analisis Data	45
1. Uji Instrumen Data	45
2. Uji Asumsi Klasik	49
3. Uji Hipotesis.....	51
C. Pembahasan.....	54
BAB V	57
PENUTUP	57
1. Kesimpulan	57
2. Saran	57
3. Keterbatasan Penelitian.....	58
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	61

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 2 Definisi Operasional	33
Tabel 3 Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4 Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Usia	43
Tabel 5 Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Domisili.....	43
Tabel 6 Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan Utama	44
Tabel 7 Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan Bulanan	45
Tabel 8 Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup (GH)	46
Tabel 9 Hasil Uji Validitas Variabel Literasi Keuangan (LK)	47
Tabel 10 Hasil Uji Validitas Variabel Kontrol Diri (KD).....	47
Tabel 11 Hasil Uji Validitas Variabel Penggunaan <i>PayLater</i> (PP)	48
Tabel 12 Hasil Uji Reliabilitas	49
Tabel 13 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov.....	49
Tabel 14 Hasil Uji Multikolinieritas	50
Tabel 15 Hasil Uji Heteroskedastisitas	51
Tabel 16 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	51
Tabel 17 Hasil Uji Parsial (t)	53
Tabel 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Nilai transaksi <i>e-commerce</i> di Indonesia tahun 2017-2024 (Good Stats, 2025)	2
Gambar 2 Indeks Literasi Keuangan Indonesia 2024 Berdasarkan Usia	5
Gambar 3 Jumlah pengguna Pay Later di Indonesia menurut kelompok usia 2023 (Katadata, 2023).....	8
Gambar 4 Layanan <i>PayLater</i> Terpopuler 2023 (Katadata, 2023).....	9
Gambar 5 Kerangka Berpikir	25

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	61
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	67
Lampiran 3 Hasil Olah Data	84

ABSTRAK

LUTHFIA AZ ZAHRA 22210006, 88 Halaman , PENGARUH GAYA HIDUP, LITERASI KEUANGAN, DAN KONTROL DIRI TERHADAP PENGGUNAAN *PAYLATER* PADA GENERASI Z DI SOLO RAYA, 2026.

Peningkatan penggunaan layanan *PayLater* khususnya di kalangan Generasi Z di Solo Raya menjadi salah satu latar belakang penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, literasi keuangan dan kontrol diri terhadap penggunaan *PayLater* pada Generasi Z di Solo Raya.

Objek penelitian ini yaitu Generasi Z di Solo Raya yang menggunakan *PayLater*. Perolehan sampel data dengan penyebaran kuesioner secara online (data primer) dan populasi data diperoleh dari buku, jurnal, BPS, dan APJII, OJK (data sekunder). Populasi tidak diketahui dengan sampel penelitian sebanyak 100 responden berdasarkan teori Roscoe. Metode yang digunakan berupa nonprobability sampling dengan teknik purposive sampling. Analisis data memakai metode uji instrumen data, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis, dengan bantuan program *IBM SPSS Statistic 25*.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *PayLater* pada Generasi Z di Solo Raya, literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *PayLater* pada Generasi Z di Solo Raya, dan Kontrol diri berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *PayLater* pada Generasi Z di Solo Raya.

Kata Kunci: Gaya Hidup, Literasi Keuangan, Kontrol Diri, dan Penggunaan *PayLater*.

ABSTRACT

LUTHFIA AZ ZAHRA 22210006, 89 Pages, THE INFLUENCE OF LIFESTYLE, FINANCIAL LITERACY, AND SELF-CONTROL ON THE USE OF *PAYLATER* IN GENERATION Z IN SOLO RAYA, 2026.

The increase in the use of *PayLater* services, especially among Generation Z in Solo Raya, is one of the backgrounds of this research. This study aims to determine the influence of lifestyle, financial literacy, and self-control on the use of *PayLater* in Generation Z in Solo Raya.

The object of this research is Generation Z in Solo Raya who use *PayLater*. Data samples were obtained by distributing questionnaires online (primary data) and data populations were obtained from books, journals, BPS, and APJII, OJK (secondary data). The population was unknown with a research sample of 100 respondents based on Roscoe's theory. The method used is in the form of nonprobability sampling with purposive sampling technique. Data analysis used data instrument test methods, classical assumption test and hypothesis test with the help of the *IBM SPSS Statistic 25* program.

The results in this study show that lifestyle has a significant effect on the use of *PayLater* in Generation Z in Solo Raya, financial literacy does not have a significant effect on the use of *PayLater* in Generation Z in Solo Raya, and self-control has a significant effect on the use of *PayLater* in Generation Z in Solo Raya.

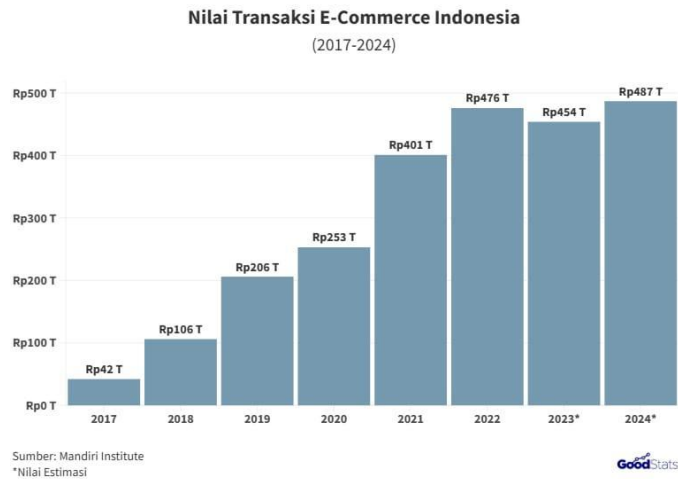
Keywords: Lifestyle, Financial Literacy, Self-Control, and Use of *PayLater*.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dengan kemajuan teknologi digital, cara hidup masyarakat Indonesia mengalami transformasi, terutama di kalangan Generasi Z. Periode digitalisasi mendorong cara berbelanja yang lebih kontemporer dan efisien. Ini selaras dengan perubahan yang disadari oleh banyak orang, terutama oleh Gen Z saat berbelanja. Generasi Z adalah generasi yang lahir mulai tahun 1997 hingga 2012 dengan rentang usia 10 sampai 29 tahun (jateng.bps.go.id, 2024). Mengacu pada Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2024), diperkirakan bahwa tingkat penggunaan internet di Indonesia akan mencapai 79,5% pada tahun 2024, dengan Gen Z termasuk di antara pengguna aktif internet (APJII, 2024). Berdasarkan informasi dari Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2020 mencapai 270,2 juta jiwa, di mana 71,5 juta di antaranya termasuk dalam Generasi Z, yang menciptakan peluang untuk beragam layanan keuangan digital. Di Indonesia, ada banyak layanan keuangan digital yang beragam dan terus berkembang. Pembayaran digital, e-money, e-wallet atau dompet digital, layanan keuangan berbasis teknologi (*FinTech*), dan inovasi seperti *PayLater* dan QRIS adalah beberapa jenis layanan yang sangat populer. Laporan *Cashing in on the Digital Boom* Maret 2025 dari Institut Mandiri menunjukkan bahwa nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia kembali meningkat pada tahun 2024 setelah melemah pada tahun 2023. Hal ini menunjukkan minat yang meningkat dalam *e-commerce* di Indonesia. *E-commerce* adalah pilihan utama untuk memenuhi keinginan masyarakat karena berbagai promosi yang menarik, kemudahan penggunaan, dan waktu yang efisien.



Gambar 1 Nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia tahun 2017-2024 (Good Stats, 2025)

Laporan dari Mandiri Institute menyatakan bahwa, meskipun nilai transaksi *e-commerce* terus meningkat sejak 2017, penggunaan *e-commerce* di Indonesia hanya mencapai Rp 42 triliun pada tahun 2017. Transaksi *e-commerce* melonjak menjadi sebesar Rp 106 triliun pada tahun 2018, dan tren ini berlanjut pada tahun berikutnya untuk mencapai Rp 206 triliun. Transaksi *e-commerce* kembali meningkat menjadi Rp 253 triliun pada tahun 2020, tetapi lonjakan tertinggi terjadi pada tahun 2021 saat pandemi Covid-19 semakin terasa dalam kehidupan sehari-hari. Pada saat itu, nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia mencapai Rp 401 triliun, kemudian naik menjadi Rp 476 triliun pada tahun berikutnya. Pada tahun 2023, terjadi penurunan 4,7 persen secara tahunan menjadi 454 triliun, tetapi pada tahun 2024, nilainya kembali meningkat sebesar 7,3% secara tahunan menjadi 487 triliun. Menurut Pusat Data dan Sistem Informasi Kementerian Perdagangan (PDSI Kemendag), jumlah pengguna *e-commerce* telah meningkat 69% dalam lima tahun terakhir. Dari 38 juta pada tahun 2020 menjadi 65 juta pada tahun 2024, jumlah ini diproyeksikan akan terus meningkat hingga mencapai 99 juta pada tahun 2029.

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam berbagai aktivitas, minat, dan pendapat (Kotler dan Keller, 2016). Gaya hidup menggambarkan "seluruh pribadi" yang berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup seseorang dapat mempengaruhi pilihan mereka tentang apa yang mereka beli, menurut Kotler dan Keller (2016). Faktor-faktor seperti usia, jenis kelamin, pendapatan, pendidikan, dan lingkungan sosial dapat mempengaruhi gaya hidup seseorang; namun, gaya hidup hedonis Generasi Z, yang ditandai dengan keinginan untuk mengikuti tren dan memenuhi keinginan mereka tanpa mempertimbangkan kemampuan keuangan mereka, dapat menyebabkan perilaku konsumtif yang berlebihan.

Literasi keuangan adalah kemampuan yang melibatkan keterampilan dalam memperoleh pengetahuan yang relevan dan dalam melakukan tindakan yang tepat berkaitan dengan penggunaan uang, baik untuk kebutuhan sekarang maupun di masa mendatang. Ini mencakup kemampuan untuk memahami berbagai pilihan keuangan, merencanakan masa depan, berbelanja dengan cerdas, serta menangani tantangan yang muncul di sepanjang perjalanan hidup, seperti kehilangan pekerjaan, menabung untuk pensiun, atau mendanai pendidikan anak (Herdinata dan Pranatasari, 2020) dalam (Maulana & Zoraya, 2024). Giriman dan Susanti (2021) mengartikan literasi keuangan sebagai pengetahuan, keterampilan, serta pemahaman yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan, yang dapat mempengaruhi sikap dan tindakan individu. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2023), literasi keuangan merujuk pada pengetahuan, keterampilan, dan pandangan yang mempengaruhi sikap serta tindakan dalam mengelola dan membuat keputusan finansial guna mencapai kesejahteraan ekonomi bagi masyarakat. Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) pada tahun 2019 mengungkapkan bahwa indeks literasi keuangan mencapai 38,03% dan indeks inklusi keuangan sebesar 76,19%. Meskipun angka tersebut masih terbilang rendah, terdapat peningkatan dibandingkan dengan hasil SNLIK pada tahun 2016, di mana indeks literasi keuangan berada di angka 29,7% dan indeks inklusi

keuangan 67,8%. Ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia secara keseluruhan masih kurang memahami dengan baik berbagai jenis produk dan layanan keuangan yang disediakan oleh lembaga keuangan resmi. Padahal, literasi keuangan merupakan kemampuan yang sangat penting untuk memberdayakan masyarakat, meningkatkan kesejahteraan pribadi, melindungi konsumen, dan memperluas inklusi keuangan.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sangat berkomitmen untuk meningkatkan tingkat literasi serta inklusi keuangan di Indonesia. Komitmen ini terlihat dalam pilar kedua dari Kerangka Struktural Master Plan Sektor Jasa Keuangan Indonesia (MPSJKI) 2021-2025 yang berfokus pada Pengembangan Ekosistem Jasa Keuangan, dengan program yang bertujuan ‘Memperluas Akses Keuangan dan Meningkatkan Literasi Keuangan untuk Masyarakat’. Pilar kedua ini juga menjadi pedoman dalam merumuskan arah strategis untuk meningkatkan indeks literasi dan inklusi keuangan yang dituangkan dalam Strategi Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Indonesia (SNLKI) 2021-2025.

Menurut informasi yang diperoleh dari Pusat Pelaporan dan Analisis Transaksi Keuangan (PPATK), sekitar 2,37 juta warga Indonesia dari berbagai lapisan masyarakat terlibat dalam perjudian daring. Kondisi ini menunjukkan bahwa judi secara digital telah meresap ke dalam hampir semua segi kehidupan masyarakat, mulai dari yang berstatus ekonomi rendah hingga tinggi, sehingga penanggulangannya memerlukan usaha bersama. Dari keseluruhan, lebih kurang 500.000 di antara mereka adalah anak-anak dan remaja yang masih menjalani pendidikan sebagai pelajar dan mahasiswa. Ini menjadi semakin mengkhawatirkan ketika terungkap bahwa hampir 2% dari kelompok ini adalah anak-anak yang usianya di bawah 10 tahun. Sekitar 47.400 anak tercatat terlibat dalam kegiatan ini, padahal seharusnya mereka berada dalam fase perkembangan dan belajar. Salah satu alasan utama mengapa anak muda mudah terjerumus dalam aktivitas judi online adalah akses yang mudah terhadap internet dan *smartphone*. Di sisi lain, rendahnya pemahaman keuangan menjadi salah satu alasan mengapa generasi muda gampang terjebak dalam permainan

judi online. Sesuai dengan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024, kalangan pelajar dan mahasiswa hanya mendapatkan skor literasi keuangan sebesar 56,42 persen, yang tergolong rendah.



Gambar 2 Indeks Literasi Keuangan Indonesia 2024 Berdasarkan Usia

Baru-baru ini, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Badan Pusat Statistik mengumumkan hasil dari Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2024. Survei ini melibatkan 10.800 orang yang tersebar di seluruh Indonesia dengan rentang usia 15 hingga 79 tahun. Menurut hasil SNLIK, indeks literasi keuangan di Indonesia tercatat sebesar 65,43%, sedangkan indeks inklusi keuangan mencapai 75,02%. Angka literasi ini menunjukkan peningkatan dibandingkan dengan tahun 2022 yang hanya berada di angka 49,68%.Selanjutnya, kelompok usia 26-35 tahun mencatatkan indeks literasi keuangan tertinggi dengan angka 74,82%. Kelompok ini biasanya terdiri dari orang-orang yang sedang berusaha membangun karier, sehingga mereka cenderung lebih tertarik untuk mencari informasi mengenai investasi, pengelolaan keuangan, tabungan, dan berbagai produk keuangan lainnya.Selanjutnya, ada kelompok usia 36-50 tahun dan 18-25 tahun yang masing-masing memiliki indeks literasi keuangan sebesar 71,72% dan 70,19%. Kelompok ini juga termasuk dalam kategori usia yang produktif, sehingga memiliki pemahaman tentang keuangan menjadi suatu keterampilan yang penting bagi setiap orang. Sebaliknya, kelompok usia 15-17 tahun dan 51-79 tahun memiliki indeks literasi keuangan terendah, yaitu masing-masing 51,70%

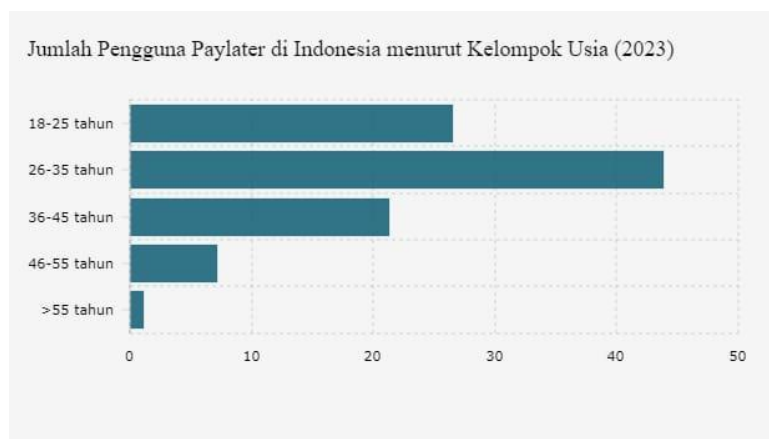
dan 52,51%. Usia 15-17 tahun masih dalam tahap pendidikan dasar, sehingga mereka belum mendapatkan pengalaman praktis dalam manajemen keuangan. Di sisi lain, individu berusia 51-79 tahun mengalami kesulitan dalam menyesuaikan diri dengan teknologi baru yang berkaitan dengan produk finansial.

Kontrol diri merupakan salah satu komponen psikologis yang penting dalam pengambilan keputusan, terutama dalam hal pengelolaan keuangan bagi Generasi Z, yang terkenal dengan kecenderungan impulsif dan ketergantungan pada teknologi. Kontrol diri juga penting untuk menggunakan layanan pembayaran setelah tanggal habis. Kontrol diri didefinisikan oleh Roy Baumeister sebagai kemampuan untuk mengontrol dorongan, emosi, dan perilaku Anda untuk mencapai tujuan yang ingin Anda capai dalam jangka panjang. Menurut Baumeister *et al.* (2007), orang dengan kontrol diri yang tinggi cenderung lebih mampu mengelola uang mereka dengan bijak, termasuk menggunakan *pay later*. Kontrol diri juga dapat diartikan sebagai pengendalian perilaku seseorang, bahwa sebelum melakukan sesuatu perlu adanya sebuah pertimbangan untuk menentukan suatu keputusan dan tindakan (Dany dan Susanti, 2023). Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Utomo (2024) menemukan bahwa orang-orang dengan kontrol diri yang tinggi cenderung menghindari hutang yang berlebihan. Generasi Z sering melihat iklan yang menarik, yang dapat memicu keinginan impulsif untuk membeli sesuatu. Generasi Z dapat memanfaatkan kontrol diri saat menggunakan layanan *PayLater* untuk menghindari denda dan selalu membayar cicilan tepat waktu. Kontrol diri yang baik dapat membantu mereka mengelola keuangan mereka dengan lebih baik, daripada menjadi beban finansial.

Warga Solo mulai meninggalkan pinjaman online yang dikenal sebagai pinjol, dan beralih ke sistem *PayLater*. Mereka mengatakan bahwa sistem *PayLater* hanya menggunakan biaya anggota, menjadikannya menarik dibandingkan pinjol, yang rata-rata memberikan bunga dua persen per hari (Esposin, 2023). Beberapa orang juga menggunakan *PayLater* untuk mendapatkan potongan harga tambahan di beberapa toko online

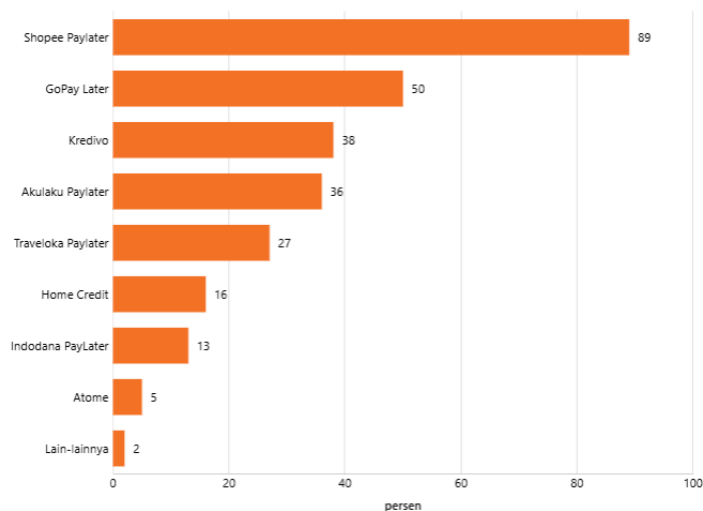
(Esposin, 2023). Banyaknya generasi muda di Solo Raya yang gagal dalam akses kredit rumah karena terkendala layanan *PayLater* (Esposin, 2023). Ketua Apersi Solo Raya, Sam'ari, mengatakan fenomena tersebut sudah terjadi cukup lama, yakni sekitar 2022 lalu. Namun seiring berjalannya waktu, kondisinya semakin masif. Ketua Apersi Solo Raya, Sam'ari menyebutkan adanya kasus ketika ada calon pembeli rumah di Solo dari kalangan muda harus terkendala karena sebelumnya memiliki pinjaman di layanan *PayLater* yang tidak terselesaikan. Dia menyebutkan pengakses pembelian rumah dari para anggota Apersi Solo Raya, sebagian besar dari kalangan usia 22-35 tahun. Jumlahnya bisa mencapai lebih dari 50%. Meski jumlah calon pembeli yang tertolak tidak mencapai separuhnya namun menurutnya kondisinya semakin meluas. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa Generasi Z Solo Raya ikut terkena dampak penggunaan *PayLater*.

PayLater adalah salah satu layanan elektronik yang paling sering digunakan oleh Generasi Z. *PayLater* adalah salah satu jenis layanan pembiayaan digital yang memungkinkan pelanggan membeli barang secara langsung dan membayarnya dengan cicilan di kemudian hari (Pew Research Center, 2020). Dengan layanan ini, pelanggan dapat membeli barang dan kemudian membayarnya dalam 30 hari atau mencicilnya selama waktu tertentu (Katadata, 2023). *PayLater* adalah inovasi pembayaran yang memberikan fleksibilitas kepada pelanggan, terutama di sektor *e-commerce*, menurut laporan *McKinsey* tentang tren *fintech*. Menurut penelitian oleh (Rahmawati & Mirati, 2022), Generasi Z lebih sering menggunakan metode pembayaran *pay later* untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup mereka yang konsumtif.



Gambar 3 Jumlah pengguna *PayLater* di Indonesia menurut kelompok usia 2023 (Katadata, 2023)

Menurut Katadata Insight Center (KIC), mayoritas pengguna *PayLater* di Indonesia berasal dari generasi milenial dan generasi Z. Sebanyak 43,9% pengguna *PayLater* berasal dari generasi milenial atau kelompok usia 26-35 tahun, kemudian 26,5% berasal dari Generasi Z atau kelompok usia 18-25 tahun, dan 21,3% berasal dari kelompok usia 36-45 tahun. Jumlah pengguna *PayLater* terus meningkat, meningkat 18,9% pada tahun 2021 dan naik menjadi 20,6% pada tahun 2022. Sementara, pengguna *PayLater* terendah berasal dari kelompok usia 46-55 tahun (7,2%) dan kalangan usia 55 tahun ke atas (1,1%). Selain itu, survei ini mencatat bahwa sebagian besar pengguna *PayLater*, atau 63,1%, menggunakan layanan tersebut untuk melakukan transaksi secara online. Selanjutnya, 16,5% menggunakan *PayLater* untuk melakukan transaksi secara offline, dan 20,4% menggunakan keduanya. Survei ini dilakukan terhadap lebih dari 2 juta pengguna Kredivo di 34 provinsi Indonesia. Data untuk transaksi offline diperoleh dari tujuh penjual ritel terbesar di seluruh Indonesia pada tahun 2023, sementara data untuk transaksi online diperoleh dari lima pasar terbesar.



Gambar 4 Layanan *PayLater* Terpopuler 2023 (Katadata, 2023)

Menurut laporan *Populix Unveiling Indonesia's Financial Evolution: Fintech Lending & PayLater Adoption* edisi Oktober 2023, *Shopee PayLater* adalah layanan *PayLater* dengan pengetahuan merek tertinggi. Dari 89% orang yang menjawab survei, *Shopee PayLater* adalah merek yang paling populer dan paling banyak digunakan. Dari 45% orang yang menjawab bahwa mereka pernah menggunakan *PayLater*, 77% mengatakan bahwa mereka menikmati layanan *Shopee PayLater*.

Seperti yang ditunjukkan pada grafik, jumlah responden yang mengetahui *PayLater* seperti Traveloka, Home Credit, Indodana, dan Atome lebih kecil. Di urutan kedua, GoPay Later dikenal oleh 50% responden, diikuti oleh Kredivo pada 38%, dan Akulaku *PayLater* pada 36%. Survei ini dilakukan terhadap 1.017 orang di seluruh Indonesia dari 15 September hingga 18 September 2023. Mayoritas responden berasal dari Pulau Jawa (79%), diikuti oleh Pulau Sumatra (12%) dan pulau-pulau lainnya (9%). Untuk kelompok usia, responden paling banyak terdiri dari kelompok usia 17-25 tahun (55%) dan kelompok usia 26-35 tahun (31%). Berdasarkan paparan tersebut, maka peneliti mengambil judul “Pengaruh Gaya Hidup, Financial Stress, dan Kontrol Diri Terhadap Penggunaan *PayLater* Pada Generasi Z di Solo Raya”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang sudah diuraikan di latar belakang, maka permasalahan yang diangkat oleh peneliti adalah:

1. Apa pengaruh gaya hidup terhadap penggunaan *PayLater* pada Generasi Z di Solo Raya?
2. Apa pengaruh literasi keuangan terhadap penggunaan *PayLater* pada Generasi Z di Solo Raya?
3. Apa pengaruh kontrol diri terhadap penggunaan *PayLater* pada Generasi Z di Solo Raya?
4. Apa pengaruh antara gaya hidup, literasi keuangan, dan kontrol diri dalam mempengaruhi keputusan penggunaan *PayLater* pada Generasi Z di Solo Raya?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap penggunaan *PayLater* pada Generasi Z di Solo Raya.
2. Menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap penggunaan *PayLater* oleh Generasi Z di Solo Raya.
3. Menganalisis pengaruh kontrol diri terhadap penggunaan *PayLater* oleh Generasi Z di Solo Raya.
4. Menganalisis pengaruh antara gaya hidup, literasi keuangan, dan kontrol diri dalam mempengaruhi penggunaan *PayLater* pada Generasi Z di Solo Raya.

D. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat membantu perkembangan ilmu pengetahuan, terutama dalam bidang perilaku ekonomi, dan menambah referensi tentang perilaku keuangan Generasi Z.

2. Manfaat Praktisi Keuangan

Diharapkan penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana gaya hidup dan literasi keuangan mempengaruhi keputusan keuangan seseorang dan seberapa penting kontrol diri dalam pengelolaan keuangan.

3. Bagi Generasi Z

Penelitian ini diharapkan bisa menyampaikan pemahaman yang lebih baik perihal efek gaya hidup serta literasi keuangan terhadap keputusan keuangan mereka, serta pentingnya kontrol diri pada pengelolaan keuangan.

4. Bagi Pembuat Kebijakan

Penelitian ini diharapkan dapat membantu pembuat kebijakan membuat program edukasi keuangan yang relevan untuk Generasi Z, yang bertujuan untuk meningkatkan literasi keuangan mereka dan mengurangi risiko utang.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Gaya Hidup

Gaya hidup adalah cara hidup seseorang yang ditunjukkan melalui aktivitas, hobi, dan ide-ide yang mencerminkan bagaimana mereka berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya secara keseluruhan (Kotler & Keller, 2016). Pontania (2016) mengidentifikasi berbagai jenis gaya hidup, misalnya gaya hidup independen, gaya hidup modern, gaya hidup bugar, gaya hidup mewah, gaya hidup ekonomis, serta gaya hidup lepas. Terkait tindakan pembelian, gaya hidup menggambarkan bagaimana individu terhubung dengan kondisi sosial dan keuangannya (Kotler dan Keller, 2016). Gaya hidup pun mencerminkan kegiatan, kegemaran, dan perspektif seseorang dalam aktivitas sehari-hari, baik saat berhubungan dengan orang lain maupun memberikan respons pada lingkungan (Armelia & Irianto, 2021). Preferensi, nilai-nilai, dan bagaimana seseorang bersikap, semuanya membentuk gaya hidup yang unik dan membedakannya dari orang lain di lingkungannya (Carnado dan Rahmayanti, 2023). Dalam hal membeli sesuatu, tren yang sedang populer, pengaruh dari lingkungan sekitar, dan keinginan untuk memiliki lebih dari sekadar kebutuhan dasar, seringkali mempengaruhi gaya hidup seseorang (Restike *et al.*, 2024).

Indikator gaya hidup yang relevan dalam penelitian ini yaitu berdasarkan Kotler dan Keller (2016):

- a. Aktivitas (*Activity*), yaitu tindakan nyata yang dilakukan oleh konsumen dalam kesehariannya. Pekerjaan, hobi, interaksi sosial, hiburan, keanggotaan kelompok, komunitas, belanja, dan olahraga semuanya termasuk dalam kategori gaya hidup. Ciri khas konsumen dapat terlihat dari kegiatan sehari-hari mereka. Perusahaan dapat dengan lebih efektif merumuskan strategi berdasarkan data yang dikumpulkan dengan memahami aktivitas

yang dilakukan oleh target pasar. Dengan cara ini, pelaku usaha dapat mengembangkan produk yang mendukung aktivitas dan pola hidup konsumen sehari-hari.

- b. Minat (*Interest*), merupakan ketertarikan atau perhatian yang dimiliki konsumen yang berdampak pada proses pembelian, di mana mereka menghabiskan waktu serta uang untuk barang dan jasa yang mereka anggap menarik. Setiap individu memiliki hobi dan ketertarikan yang berbeda. Terkadang, orang menunjukkan minat pada aspek tertentu seperti makanan, fashion, dan lainnya. Salah satu ciri khas individu yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah minat. Oleh karena itu, perusahaan harus memahami keinginan dan minat pelanggan mereka. Jika perusahaan mengetahui apa yang diminati oleh pelanggan, mereka akan lebih mudah untuk merancang strategi pemasaran yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian di pasar yang dituju, sehingga pelanggan dapat lebih menghargai produk yang ditawarkan.
- c. Pendapat (*Opinion*), yaitu reaksi yang dinyatakan atau diberikan oleh seseorang sebagai respons terhadap suatu rangsangan. Istilah "pendapat" merujuk pada penafsiran, keinginan, dan penilaian, termasuk asumsi mengenai motivasi dan harapan orang lain di masa depan. Dalam masyarakat modern saat ini, konsumen percaya bahwa produk yang mereka gunakan memiliki manfaat tertentu.

Anak muda zaman sekarang, atau yang biasa disebut Generasi Z, besar di tengah perkembangan teknologi digital, jadi tidak heran jika keseharian mereka banyak dipengaruhi oleh media sosial dan apa yang sedang menjadi tren (Silvialorensa *et al.*, 2024). Gaya hidup konsumtif di kalangan Gen Z maksudnya adalah kebiasaan membeli barang atau menggunakan jasa yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan, tapi cenderung mengikuti tren dan menjaga penampilan di mata orang lain (Restike *et al.*, 2024); (Gustantio *et al.*, 2024). Kecenderungan Generasi Z yang ingin serba instan mengakibatkan mereka tertarik pada penggunaan

layanan *PayLater* untuk berbelanja tanpa memikirkan cara bayar atau kondisi keuangan mereka ke depannya (Prajogo *et al.*, 2024); (Wibowo, 2024).

Faktor sosial, budaya, dan ekonomi sangat mempengaruhi gaya hidup seseorang. Media sosial juga berperan dalam membentuk persepsi dan standar gaya hidup, mendorong mereka untuk mengikuti tren dan berperilaku konsumtif (Sari, 2020). Perkembangan teknologi yang pesat serta ritme hidup yang serba cepat membuat Generasi Z cenderung mengutamakan citra diri dibandingkan dengan pemenuhan kebutuhan pokok. Pengeluaran terbanyak mereka biasanya dialokasikan untuk traveling, bersosialisasi, kuliner, dan penampilan (Ardiyati *et al.*, 2025).

2. Literasi Keuangan

Menurut Apriliani 2024 menyatakan bahwa literasi keuangan merupakan kemampuan dalam pengetahuan dan keterampilan untuk mengelola masalah keuangan (Kristiastuti *et al.*, 2025). Menurut Choerudin, dkk 2023 menyatakan bahwa literasi keuangan adalah suatu konsep pengetahuan tentang produk serta konsep keuangan dengan bantuan informasi atau masukan, merupakan sebuah kemampuan untuk mengidentifikasi dan memahami risiko keuangan supaya bisa membuat dan mengambil keputusan tentang keuangan dengan tepat. Literasi keuangan adalah pemahaman tentang konsep keuangan yang bertujuan untuk mencapai kesejahteraan finansial (Apriliani, 2024). Choerudin, dkk (2023) menyatakan bahwa literasi keuangan mempunyai beberapa manfaat diantaranya, mampu mengelola keuangan dengan baik, semakin bijaksana dalam menggunakan keuangan, menghindari penipuan, distribusi kekayaan merata.

Indikator literasi keuangan berdasarkan Oseifuah (2010) dalam Choerudin, dkk (2023) diantaranya:

1. Pengetahuan keuangan adalah pemahaman mengenai istilah-istilah dalam dunia keuangan, seperti suku bunga bank, kartu kredit, kebangkrutan, saham, berbagai layanan perbankan, serta pemahaman terhadap terminologi keuangan, perhitungan atau formula yang terkait, dan keuntungan dari perpajakan, atau beragam layanan yang berhubungan dengan pengelolaan pensiun, serta mengetahui berbagai sumber pendapatan keluarga, dan lain-lain.
2. Sikap terhadap keuangan adalah tingkat ketertarikan atau perhatian terhadap usaha memperbaiki pemahaman di wilayah keuangan. Ini mencakup perencanaan program yang berkaitan dengan pensiun pegawai, pelaksanaan kebijakan pemerintah dalam perpajakan, atau pemanfaatan layanan perbankan untuk transaksi internasional. Contohnya termasuk pengelolaan rekening giro, proses kliring, *letter of credit*, dan lain-lain.
3. Perilaku Finansial adalah keadaan yang fokus pada pengeluaran dan tabungan, usaha untuk mencatat serta menyimpan informasi mengenai masalah keuangan pribadi, serta efforts dalam merencanakan pengeluaran di masa depan, mampu mengelola utang dan kredit dengan tepat sesuai dengan arus kas perusahaan yang dimiliki.

3. Kontrol Diri

Kontrol diri adalah keahlian seseorang dalam mengelola dan mengatur pikiran, perasaan, serta tindakan demi mencapai target jangka panjang. Ini juga melibatkan kesanggupan untuk menahan diri dari keinginan atau godaan sesaat yang bisa menghambat pencapaian tujuan (Nofitriani, 2020); (Nurningtyas *et al.*, 2021). Kontrol diri melibatkan cara berpikir untuk merencanakan, mengawasi, dan menilai tindakan agar sesuai dengan tujuan yang diinginkan (Hirt dkk, 2016) dalam (Nurningtyas *et al.*, 2021).

Dalam hal keuangan, kontrol diri sangatlah penting agar bisa membuat keputusan keuangan yang tepat dan menghindari tindakan yang gegabah dalam Mengelola Keuangan Generasi Z. Kurangnya kontrol diri pada Generasi Z bisa mengakibatkan kebiasaan keuangan yang buruk, seperti belanja impulsif, pengeluaran yang berlebihan, atau terlalu bergantung pada utang seperti *PayLater* (Restike *et al.*, 2024); (Wibowo, 2024). Orang yang kurang memiliki kontrol diri cenderung lebih mudah tergoda oleh tawaran "beli sekarang bayar nanti" karena sulit menunda kesenangan dan lebih memilih memenuhi keinginan saat itu juga. Sebaliknya, kontrol diri yang baik memungkinkan seseorang untuk merencanakan keuangan, menahan diri dari pengeluaran yang tidak perlu, serta membuat keputusan yang lebih bijak terkait penggunaan *PayLater*, sehingga mengurangi risiko terlilit utang atau masalah keuangan (Nurningtyas *et al.*, 2021).

Mengacu pada (Wibowo, 2024) yang menggunakan indikator dari Dewi, dkk (2021), serta konsep umum kontrol diri yaitu:

1. Mengendalikan Tindakan (*Behaviour Control*): Kemampuan untuk mengendalikan perilaku agar sesuai dengan rencana atau tujuan yang sudah ditetapkan.
2. Mengendalikan Pikiran (*Cognitive Control*): Kemampuan untuk mengelola pikiran dan fokus agar tidak mudah tergoda atau terganggu dari tujuan yang ingin dicapai.
3. Mengendalikan Keputusan (*Decisional Control*): Kemampuan untuk membuat keputusan yang masuk akal dan terencana, tidak tergesa-gesa atau impulsif, terutama dalam hal keuangan.
4. Kemampuan Menunda Kesenangan: Kemampuan untuk tidak langsung memenuhi keinginan atau kebutuhan sesaat demi mendapatkan manfaat yang lebih besar di masa depan.

4. Penggunaan *PayLater*

PayLater adalah opsi pembiayaan yang memberikan kesempatan bagi pembeli untuk mendapatkan barang atau layanan terlebih dahulu, kemudian melakukan pembayaran di waktu mendatang, bisa dengan

sistem angsuran atau melunasi sekaligus dalam periode yang sudah ditentukan (Wardani & Indra, 2024); (Restike *et al.*, 2024). Konsep "beli sekarang, bayar nanti" ini mempermudah pengguna untuk berbelanja tanpa harus langsung membayar dengan uang tunai atau memakai saldo yang ada. *PayLater* adalah wujud inovasi dalam dunia teknologi finansial yang berkembang pesat, sejalan dengan peningkatan transaksi *e-commerce* (Negoro & Achjari, 2024).

Perkembangan Penggunaan *PayLater* di Indonesia, khususnya di Kalangan Generasi Z penggunaan *PayLater* di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan, khususnya setelah pandemi, seiring perubahan kebiasaan konsumen yang beralih ke transaksi digital (Ramadhan *et al.*, 2024). Generasi Z, yang tumbuh besar dengan teknologi digital, menjadi salah satu kelompok pengguna *PayLater* terbesar (Silvialorensa *et al.*, 2024); (Restike *et al.*, 2024). Daya tarik utama *PayLater* bagi Generasi Z adalah kemudahan, kecepatan, serta berbagai penawaran promo dan diskon, yang memungkinkan mereka mengikuti tren atau membeli barang yang diinginkan tanpa perlu menabung terlebih dahulu (Silvialorensa *et al.*, 2024). Akan tetapi, kemudahan ini juga berpotensi mendorong perilaku konsumtif dan masalah keuangan jika tidak diiringi pemahaman keuangan yang baik dan kendali diri yang kuat (Restike *et al.*, 2024); (Wibowo, 2024).

Dikembangkan dari definisi konsep pemakaian *PayLater* dan ciri-ciri layanan yang berkaitan dengan perilaku konsumen Generasi Z (Silvialorensa *et al.*, 2024) yang menyoroti kecepatan dan hasrat berbelanja; (Restike *et al.*, 2024) tentang antusiasme pemakaian; (Negoro & Achjari, 2024) tentang manfaat dan kemudahan yang mempengaruhi pemakaian; serta (Wardani & Indra, 2024) tentang perilaku konsumtif yang mendorong pemakaian, maka indikator penggunaan *PayLater* terdiri dari:

1. Frekuensi Pemakaian: Seberapa sering seseorang memakai *PayLater* dalam periode tertentu (contohnya, per minggu atau per bulan).

2. Besaran Pemakaian: Rata-rata nilai transaksi atau persentase pengeluaran yang dibayarkan menggunakan *PayLater* dari seluruh total pengeluaran.
3. Alasan Memakai: Motivasi utama seseorang menggunakan *PayLater* (misalnya, karena keperluan mendesak, ingin ikut tren, memanfaatkan promo, atau karena dorongan sesaat).
4. Ketergantungan/Kenyamanan: Seberapa nyaman atau bergantung seseorang pada *PayLater* sebagai cara pembayaran utama.

B. Penelitian Terdahulu

Berikut adalah penelitian terdahulu yang menelaah bagaimana gaya hidup, literasi keuangan, dan kontrol diri mempengaruhi penggunaan *PayLater* di kalangan Generasi Z. Untuk memberikan gambaran yang komprehensif mengenai posisi penelitian ini di antara studi-studi sebelumnya, berikut adalah tinjauan penelitian terdahulu yang relevan:

Tabel 1 Penelitian Terdahulu

Penulis (Tahun)	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
Silvialoren sa <i>et al.</i> , (2024)	Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Penggunaan <i>SPayLater</i> pada Generasi Z di Kecamatan Magersari Kota Mojokerto	1. Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan <i>SPayLater</i>. 2. Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap penggunaan <i>SPayLater</i>. 3. Literasi keuangan dan gaya hidup secara bersama-sama	Menggunakan variabel Gaya Hidup dan meneliti penggunaan <i>PayLater</i> pada Generasi Z.	Menambahkan variabel kontrol diri, berlokasi di Solo Raya.

		berpengaruh signifikan terhadap penggunaan <i>SPayLater</i> .		
Carnado dan Rahmayanti, (2023)	Analisis Gaya Hidup, Kemudahan, dan Religiusitas Terhadap Penggunaan <i>Shopee PayLater</i> dengan Hedonic Shopping sebagai Variabel Moderasi	1. Gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan <i>Shopee PayLater</i>. 2. Kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan <i>Shopee PayLater</i>. 3. <i>Hedonic shopping</i> memoderasi gaya hidup terhadap penggunaan <i>Shopee PayLater</i>.	Menggunakan variabel Gaya Hidup dan meneliti penggunaan <i>PayLater</i> .	Menambahkan variabel kontrol diri, berlokasi di Solo Raya (tidak menguji kemudahan, religiusitas, dan <i>hedonic shopping</i>).
Restike <i>et al.</i> , (2024)	Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Pembelian Impulsif, dan Gaya Hidup Terhadap Penggunaan <i>Shopee PayLater</i> Gen Z	1. Literasi keuangan dan perilaku pembelian impulsif berpengaruh terhadap penggunaan <i>Shopee PayLater</i> pada Gen Z.	Menggunakan variabel Gaya Hidup dan meneliti penggunaan <i>PayLater</i> pada Gen Z.	Menambahkan variabel kontrol diri, berlokasi di Solo Raya (tidak menguji perilaku pembelian impulsif).

		2. Gaya hidup tidak berpengaruh terhadap penggunaan <i>Shopee PayLater</i> pada Gen Z.		
Prajogo <i>et al.</i> , (2024)	The Influence of Financial Literacy, Lifestyle and Hedonism on the Use of <i>Shopee PayLater</i> Amongst Students	1. Literasi keuangan, gaya hidup, dan hedonisme berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan <i>Shopee PayLater</i> di kalangan mahasiswa.	Menggunakan variabel Gaya Hidup dan meneliti penggunaan <i>PayLater</i> di kalangan mahasiswa.	Menambahkan variabel kontrol diri, berlokasi di Solo Raya (tidak menguji hedonisme secara spesifik).
Wardani & Indra, (2024)	External Locus Of Control dan Perilaku Konsumtif Terhadap Penggunaan <i>Shopee PayLater</i> "Beli Sekarang Bayar Nanti"	1. <i>External locus of control</i> dan perilaku konsumtif berpengaruh positif terhadap penggunaan <i>Shopee PayLater</i> .	Menggunakan variabel Perilaku Konsumtif (mirip dengan gaya hidup konsumtif) dan meneliti penggunaan <i>PayLater</i> . Ada variabel yang dekat dengan Kontrol Diri (<i>Locus of Control</i>).	Menambahkan variabel Kontrol Diri, berlokasi di Solo Raya.
Gustantio <i>et al.</i> , (2024)	Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif, Financial Literacy, dan Persepsi Kemudahan Bertransaksi Terhadap Penggunaan E-Wallet Pada Generasi Z	1. Gaya hidup konsumtif dan <i>financial literacy</i> tidak memiliki pengaruh signifikan pada penggunaan <i>e-wallet</i> pada tingkat kepercayaan	Menggunakan variabel Gaya Hidup Konsumtif dan meneliti pada Generasi Z.	Menambahkan variabel kontrol diri, berlokasi di Solo Raya (tidak menguji persepsi kemudahan bertransaksi).

		95%. 2.Persepsi kemudahan bertransaksi terbukti memiliki pengaruh positif yang signifikan. Secara simultan, ketiga faktor ini mempengaruhi penggunaan <i>e-wallet</i> pada Generasi Z.		
Dwiwansi <i>et al.</i> , (2023)	Pengaruh Literasi Keuangan Dan Financial Experience Generasi Milenial Terhadap Penggunaan <i>PayLater</i> Pada E-Commerce	1.Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan <i>PayLater</i> . 2. <i>Financial Experience</i> tidak berpengaruh signifikan. 3.Literasi keuangan dan <i>financial experience</i> secara bersama-sama berpengaruh.	Meneliti penggunaan <i>PayLater</i> pada <i>E-Commerce</i> .	Menambahkan variabel Gaya Hidup dan Kontrol Diri. Berlokasi di Solo Raya dan berfokus pada Generasi Z.
Livia Inka Wibowo, (2024)	Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku	1.Literasi keuangan, kontrol diri, dan gaya hidup secara simultan berpengaruh signifikan	Menggunakan variabel Gaya Hidup dan Kontrol Diri, serta meneliti penggunaan <i>PayLater</i> pada Generasi Z.	Berlokasi di Solo Raya (tidak menguji perilaku konsumtif sebagai variabel dependen).

	Konsumtif Generasi Z Pengguna <i>Shopee PayLater</i> di Indonesia	terhadap perilaku konsumtif Generasi Z pengguna <i>Shopee PayLater</i>. 2.Secara parsial, literasi keuangan, kontrol diri, dan gaya hidup masing-masing berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z pengguna <i>Shopee PayLater</i>. 3.Kontrol diri berpengaruh negatif.		
Nurningtyas <i>et al.</i> , (2021)	Pengaruh Kontrol Diri terhadap Intensitas Penggunaan Smartphone pada Remaja	1.Terdapat pengaruh kontrol diri secara negatif dan signifikan terhadap intensitas penggunaan <i>smartphone</i> pada remaja.	Menggunakan variabel Kontrol Diri dan meneliti pada remaja (Generasi Z).	Menambahkan variabel gaya hidup dan berfokus pada penggunaan <i>PayLater</i> (bukan intensitas penggunaan <i>smartphone</i>).
Maulana & Zoraya, (2024)	Pengaruh <i>Perceived Ease Of Use</i> , Kepercayaan dan Literasi Keuangan Terhadap Penggunaan	1.Terdapat pengaruh <i>Perceived Ease Of Use</i> terhadap penggunaan <i>ShopeePay</i>	Menggunakan variabel literasi keuangan	Berfokus pada Generasi Z di Solo Raya sedangkan penelitian terdahulu berfokus pada masyarakat

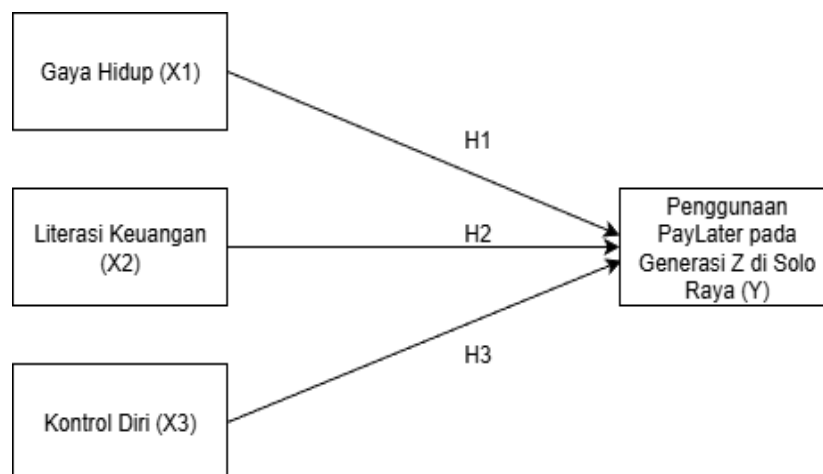
	ShopeePay pada Masyarakat Bengkulu	pada masyarakat Bengkulu 2.Terdapat pengaruh Kepercayaan terhadap penggunaan ShopeePay pada masyarakat Bengkulu 3.Terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap penggunaan ShopeePay pada masyarakat Bengkulu		Bengkulu
Rachmawati <i>et al.</i> , (2023)	Pengaruh Literasi Keuangan dan Lingkungan Sosial Dimoderasi Tingkat Pendidikan terhadap Penggunaan QRIS pada Pelaku UMKM di Kota Surakarta	1.Literasi keuangan berpengaruh signifikan dan positif terhadap penggunaan QRIS pada pelaku UMKM di Surakarta 2.Terdapat pengaruh signifikan dan positif antara lingkungan sosial terhadap penggunaan QRIS	Mengkaji literasi keuangan	Mengkaji PayLater sedangkan penelitian terdahulu mengkaji tentang QRIS

Arifin <i>et al.</i> , (2024)	Pengaruh Literasi Keuangan, Teknologi Finansial dan Perencanaan Keuangan terhadap Penggunaan Mobile Banking di Kalangan Mahasiswa	1.Literasi keuangan dianggap kurang signifikan terhadap penggunaan Mobile Banking di kalangan mahasiswa. 2.Financial teknologi dan perencanaan keuangan cukup berpengaruh terhadap penggunaan Mobile Banking di kalangan mahasiswa.	Mengkaji Literasi Keuangan	Berfokus pada penggunaan <i>PayLater</i> sedangkan penelitian sebelumnya berfokus pada penggunaan Mobile Banking
Pradini & Susanti, (2021)	Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Penggunaan Mobile Banking BCA, BNI, BRI	1.Literasi keuangan secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan mobile banking. 2.Literasi digital secara parsial tidak memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap	Mengkaji Literasi Keuangan	Berfokus pada <i>PayLater</i> sedangkan penelitian terdahulu berfokus pada Mobile Banking BCA, BNI, BRI

		mobile banking.		
		3.Kemudahan penggunaan secara parsial memiliki pengaruh positif signifikan terhadap penggunaan mobile banking.		

C. Kerangka

Penelitian ini disusun dengan kerangka konseptual yang menjelaskan kaitan antara beberapa faktor dengan perilaku penggunaan *PayLater* di kalangan Generasi Z. Faktor-faktor tersebut adalah Gaya Hidup sebagai variabel independen, kemudian Literasi Keuangan, dan juga Kontrol Diri.



Gambar 5 Kerangka Berpikir

Keterangan:

1. Gaya Hidup (X1): Merujuk pada pola hidup, kebiasaan, dan preferensi konsumsi individu yang dapat mendorong dalam penggunaan *PayLater* pada Generasi Z di Solo Raya.

2. Literasi Keuangan (X2): Merujuk pada kemampuan untuk memahami dan mengelola keuangan dengan baik, termasuk membuat keputusan dalam penggunaan *PayLater* pada Generasi Z di Solo Raya.
3. Kontrol Diri (X3): Merujuk pada kemampuan seseorang untuk mengendalikan pikiran, perasaan, dan tindakan saat membuat keputusan terkait keuangan, dan ini bisa membatasi atau mempengaruhi penggunaan *PayLater* pada Generasi Z di Solo Raya.
4. Penggunaan *PayLater* (Y): Merujuk pada seberapa sering Generasi Z di Solo Raya memakai layanan *PayLater*.

D. Hipotesis

Hipotesis adalah satu kesimpulan sementara yang belum final; jawabansementara; dugaan sementara; yang merupakan konstruk peneliti terhadap masalah penelitian, yang menyatakan hubungan antara dua atau lebih variabel (Nurdin dan Hartati, 2019).

1. Gaya Hidup (X1) terhadap Penggunaan *PayLater* pada Generasi Z di Solo Raya

Gaya hidup adalah cara hidup seseorang yang ditunjukkan melalui aktivitas, hobi, dan ide-ide yang mencerminkan bagaimana mereka berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya secara keseluruhan (Kotler & Keller, 2016). Seseorang dapat dilihat dari gaya hidup, aktivitas, perasaan, serta kepeduliannya terhadap sekitar (Silvialorensa *et al.*, 2024). Generasi Z dengan gaya hidup yang menuntut konsumsi tinggi dan keapasan instan (gaya hidup konsumtif/hedon) akan selalu berhadapan dengan keterbatasan dana tunai di waktu pembelian. *PayLater* hadir sebagai jalan pintas yang memfasilitasi penundaan pembayaran. Oleh karena itu, semakin kuat dorongan gaya hidup konsumtif, semakin besar frekuensi generasi Z memilih *PayLater* untuk membiayai pengeluaran mereka, sehingga penggunaan *PayLater* meningkat.

Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Silvialorensa *et al.*, 2024) menunjukkan bahwa Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *SPayLater*, yang tergolong dalam salah satu jenis *PayLater*. Berdasarkan pemaparan tersebut, maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut:

H1: Gaya hidup berpengaruh terhadap penggunaan *PayLater* pada Generasi Z di Solo Raya

2. Literasi Keuangan (X2) terhadap Penggunaan *PayLater* pada Generasi Z di Solo Raya

Choerudin, dkk 2023 menyatakan bahwa literasi keuangan adalah suatu konsep pengetahuan tentang produk serta konsep keuangan dengan bantuan informasi atau masukan, merupakan sebuah kemampuan untuk mengidentifikasi dan memahami risiko keuangan supaya bisa membuat dan mengambil keputusan tentang keuangan dengan tepat. Kurangnya pengetahuan dan pemahaman terkait perhitungan bunga efektif dan denda, generasi Z sering terkejut ketika tagihan datang dan mendapati biaya total jauh lebih besar dari perkiraan. Akibat tidak adanya anggaran dan perencanaan, dana untuk membayar tagihan *PayLater* sering terpakai untuk konsumsi lain, yang mengakibatkan keterlambatan dan denda, sehingga beban utang semakin membesar. Kurangnya kesadaran risiko menyebabkan generasi Z terus menggunakan *PayLater* hingga mencapai batas maksimum, sehingga terjadi *over-indebtedness* (utang berlebihan). Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Maulana & Zoraya, 2024) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap penggunaan *Shopee PayLater*. Berdasarkan pemaparan tersebut, maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut:

H2: Literasi keuangan berpengaruh terhadap penggunaan *PayLater* pada Generasi Z di Solo Raya.

3. Kontrol diri (X3) terhadap Penggunaan *PayLater* pada Generasi Z di Solo Raya

Kontrol diri adalah suatu hal yang penting sebelum seseorang memutuskan untuk berperilaku. Seseorang yang memiliki kontrol diri yang tinggi akan lebih cenderung mengontrol bagaimana mereka menghabiskan uang mereka dan dapat mengelola uang mereka dengan lebih baik, yang membantu mereka menghindari perilaku konsumtif (Wibowo, 2024). Ketika generasi Z melihat diskon besar, produk yang sedang *viral*, atau barang yang dapat meningkatkan citra sosial, generasi Z langsung mengalami dorongan untuk memiliki. Karena tidak ada filter, dorongan emosional ini langsung diterjemahkan menjadi tindakan pembelian. *PayLater* menjadi alat tercepat dan termudah untuk mewujudkan impuls tersebut. Setelah melakukan pembelian impulsif, generasi Z sering mencari pembenaran pasca-pembelian. Selaras dengan penelitian Wibowo, 2024, hasil penelitian menunjukkan bahwa kontrol diri berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *Shopee PayLater* pada Generasi Z. Berdasarkan pemaparan tersebut, maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut:

H3: Kontrol Diri berpengaruh terhadap penggunaan *PayLater* pada Generasi Z di Solo Raya.

BAB V

PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan tentang gaya hidup, literasi keuangan, dan kontrol diri terhadap penggunaan *PayLater* pada Generasi Z di Solo Raya.

Maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *PayLater* pada generasi Z di Solo Raya.
2. Literasi Keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *PayLater* pada generasi Z di Solo Raya.
3. Kontrol diri berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *PayLater* pada generasi Z di Solo Raya.

2. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan, peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Melihat pada variabel gaya hidup, Generasi Z di Solo Raya perlu mengalokasikan dana khusus dan terbatas untuk pengeluaran yang didorong oleh gaya hidup. Penggunaan *PayLater* harus berada di luar alokasi ini dengan tujuan agar pemenuhan gaya hidup tidak mengorbankan stabilitas keuangan pribadi.
2. Melihat pada variabel literasi keuangan, meskipun literasi keuangan tidak signifikan, Generasi Z di Solo Raya disarankan untuk mengubah pengetahuan teoritis (tahu tentang bunga/denda) menjadi disiplin perilaku dengan mencatat setiap transaksi *PayLater* serta memprioritaskan pembayaran tagihan *PayLater* di awal untuk menghindari biaya keterlambatan.

3. Melihat variabel kontrol diri, Generasi Z di Solo Raya perlu menyadari bahwa kemudahan akses *PayLater* adalah godaan. Disarankan untuk menerapkan periode tunggu (*cooling-off period*) minimal 24 jam setelah menyetujui transaksi *PayLater*, terutama untuk barang-barang yang tidak mendesak.
4. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menguji peran variabel mediasi (misalnya, persepsi resiko atau kebutuhan validasi sosial) dalam menjelaskan mengapa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan. Hal ini bertujuan untuk mencari tahu tentang faktor lain yang menjembatani atau memutus hubungan antara pengetahuan dan tindakan.

3. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa terdapat beberapa keterbatasan yang membuat proses penelitian ini cukup menyita waktu, adapun beberapa keterbatasan dalam penelitian ini:

1. Kurangnya relasi di wilayah Solo Raya sehingga cukup memakan waktu dalam penyebaran kuesioner.
2. Kesulitan mencari responden yang sedang ataupun pernah menggunakan layanan *PayLater*.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriyati, I., Sari, P. P., & Damanik, J. M. (2025). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan kontrol diri terhadap perilaku saving di kalangan generasi z (studi pada generasi z kota purworejo, Jawa Tengah). *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 14(01), 185-194.
- Armelia, Y., & Irianto, A. (2021). Pengaruh uang saku dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Ecogen*, 4(3), 418–426.
- Carnado, M. H., & Rahmayanti, D. (2024). Analisis Gaya Hidup, Kemudahan Dan Religiusitas Terhadap Penggunaan *Shopee PayLater* Dengan Hedonic Shopping Sebagai Variabel Moderasi. *Journal of Islamic Entrepreneurship and Management*, 4(1), 33-43.
- Choerudin, A., Widyaswati, R., Warpindyastuti, L. D., Khasanah, J. S. N., Harto, B., Oktaviani, N. F., ... & Paramita, V. S. (2023). Literasi Keuangan. *Global Eksekutif Teknologi*.
- Dany, A. S. R., & Susanti, A. (2022). Pengaruh pendapatan, literasi keuangan dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di surakarta. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 2(4), 453-464.
- Dewi Kusuma Wardani, & Indra. (2024). External Locus of Control dan Perilaku Konsumtif terhadap Penggunaan *Shopee PayLater* “Beli Sekarang Bayar Nanti”. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(6), 3109–3126.
- Dwiwansi, P., Purnamasari, E. D., & Lazuardi, S. (2023). Pengaruh literasi keuangan dan financial experience generasi milenial terhadap penggunaan *PayLater* pada e-commerce. *Ekonomika45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 10(2), 48-58.
- Gustantio, E. R., Setiawan, A., & Djajadikerta, H. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif, Financial Literacy, dan Persepsi Kemudahan Bertransaksi Terhadap Penggunaan E-Wallet Pada Generasi Z. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 11261-11273.
- Hafni Sahir, S. (2022). *Metodologi Penelitian*. www.penerbitbukumurah.com
- Indonesia, O. J. K. (2021). Strategi nasional literasi keuangan Indonesia. *Otoritas Jasa Keuangan*, 378.
- Kotler, & Keller. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kristiastuti, F., Susilawati, M., & Kurniawan, R. (2023). Pengaruh literasi keuangan dan kemudahan transaksi terhadap penggunaan *Shopee PayLater*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 19(1), 75-85.
- Maulana, R., & Zoraya, I. (2024). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Kepercayaan dan Literasi Keuangan Terhadap Penggunaan *ShopeePay* pada Masyarakat Bengkulu. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 7(1), 640-654.
- Nofitriani, N. N. (2020). Hubungan antara kontrol diri dan harga diri dengan perilaku konsumtif terhadap gadget pada siswa kelas XII SMAN 8 Bogor. *Ikra-Ith Humaniora: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 4(1), 53-65.
- Nurningtyas, F., & Ayriza, Y. (2021). Pengaruh kontrol diri terhadap intensitas penggunaan smartphone pada remaja. *Acta Psychologia*, 3(1), 14-20.

- Pradini, K. T., & Susanti, S. (2021). Pengaruh literasi keuangan, literasi digital, dan kemudahan penggunaan terhadap penggunaan mobile banking bca, bni, bri. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 10(10), 859.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (M. Dr. Ir. Sutopo. S.Pd, Ed.; 2nd ed.). ALFABETA.
- Rachmawati, F. F., Sudarno, S., & Sabandi, M. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Lingkungan Sosial Dimoderasi Tingkat Pendidikan Terhadap Penggunaan Qris Pada Pelaku Umkm Di Kota Surakarta. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 11(1), 21-36.
- Rahmadiani Negoro, A., & Achjari, D. (2024). Affiliation. *Wahana Riset Akuntansi*, 12(1), 93–108. <https://doi.org/10.24036/wra.v12i1.128>
- Rahmawati, G., & Mirati, E. (2022). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna *Shopee PayLater* pada generasi millenial. In *Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen PNJ* (Vol. 3).
- Ramadhan, Nurhayati, Damirah, Semaun, & Bahri S. (2024). Pengaruh Literasi dan Promosi terhadap Penggunaan *Shopee PayLater* (Studi Mahasiswa Pascasarjana IAIN Parepare). *Journal on Education*, 06(04), 18897–18906.
- Restike, K. P., Presasti, D., Fitriani, D. I., & Ciptani, M. K. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Pembelian Impulsif, Dan Gaya Hidup Terhadap Penggunaan *Shopee PayLater* Gen Z. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 22(1), 100-113.
- Silvialorensa, D. D., Hartono, H., & Dwihandoko, T. H. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Penggunaan *SPayLater* pada Generasi Z di Kecamatan Magersari Kota Mojokerto. *Ebisnis Manajemen*, 2(3), 51-66.
- Soesana, Subakti, Karwanto, & Kuswandi. (2023). *Buku Metodologi Penelitian Kuantitatif*.
- Wardani, & Indra. (2024). *External Locus Of Control dan Perilaku Konsumtif Terhadap Penggunaan Shopee PayLater “Beli Sekarang Bayar Nanti.”* 5(6), 3109.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

IDENTITAS RESPONDEN

Intruksi: Berilah tanda (✓) pada kolom yang tersedia!

Identitas Responden:

1. Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki
☐ Perempuan
2. Usia : ☐ 17-20 tahun
☐ 21-25 tahun
☐ 26-29 tahun
3. Domisili : ☐ Kota Surakarta (Solo)
☐ Kabupaten Boyolali
☐ Kabupaten Sukoharjo
☐ Kabupaten Karanganyar
☐ Kabupaten Wonogiri
☐ Kabupaten Sragen
☐ Kabupaten Klaten
4. Pekerjaan Utama : ☐ Pelajar/Mahasiswa
☐ Karyawan Swasta
☐ Wiraswasta/Pengusaha
☐ PNS/BUMN
☐ Yang lain:.....

5. Pendapatan Bulanan : ☐ <Rp 1.000.000

☐ Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000

☐ Rp 3.000.001 – Rp 5.000.000

6. Apakah anda pernah atau sedang menggunakan layanan *PayLater*?

☐ Ya

☐ Tidak

Deksripsi Jawaban:

Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Daftar Pertanyaan Kuesioner

1. Gaya Hidup (X1)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
	Saya membeli barang/jasa untuk mendukung hobi atau aktivitas sosial saya (misalkan, tiket konser, alat olahraga, pakaian trendi)					
2.	Saya merasa perlu untuk selalu mengikuti tren terbaru dalam berbelanja atau memiliki barang-barang yang sedang populer					
3.	Saya sering menghabiskan uang untuk kegiatan rekreasi atau hiburan (misalnya, nongkrong di kafe, traveling, menonton film)					
4.	Saya berminat pada penawaran cicilan tanpa bunga atau promo diskon yang sering diberikan <i>PayLater</i>					
5.	Saya tertarik untuk mencoba berbagai layanan atau produk baru yang sedang hits di kalangan teman-teman saya					
6.	Saya berpendapat bahwa memiliki barang-barang bermerek atau mahal dapat meningkatkan status sosial saya					
7.	Saya berpendapat bahwa <i>PayLater</i> sangat membantu dalam mengelola keuangan darurat, terutama saat ada pengeluaran tak terduga					
8.	Saya berpendapat bahwa <i>PayLater</i> memudahkan saya untuk membeli barang yang saya inginkan tanpa harus menunda					

2. Literasi Keuangan (X2)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya paham tentang istilah-istilah keuangan seperti bunga,cicilan,denda, dan jatuh tempo dalam layanan <i>PayLater</i>					
2.	Saya mengetahui risiko-risiko yang mungkin timbul jika saya terlambat membayar tagihan <i>PayLater</i>					
3.	Saya memahami pentingnya membaca syarat dan ketentuan sebelum menggunakan layanan <i>PayLater</i>					
4.	Saya memiliki sikap hati-hati terhadap penggunaan <i>PayLater</i> dan selalu mempertimbangkan kemampuan bayar sebelum menggunakannya					
5.	Saya selalu berusaha mencari informasi dan membandingkan berbagai layanan <i>PayLater</i> sebelum memutuskan untuk menggunakannya					
6.	Saya merasa perlu untuk terus meningkatkan pengetahuan saya tentang pengelolaan keuangan pribadi					
7.	Saya selalu membuat anggaran bulanan untuk mengelola pengeluaran saya,termasuk cicilan <i>PayLater</i>					
8.	Saya selalu memastikan bahwa saya memiliki dana yang cukup untuk membayar tagihan <i>PayLater</i> setiap bulan					
9.	Saya mencatat setiap transaksi yang saya lakukan menggunakan <i>PayLater</i> agar tidak lupa					

3. Kontrol Diri (X3)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya mampu mengendalikan tindakan untuk tidak langsung membeli barang yang saya inginkan saat melihat promo <i>PayLater</i> yang menarik					
2.	Saya dapat menahan diri dari godaan untuk berbelanja impulsif meskipun ada penawaran <i>PayLater</i> yang menggiurkan					
3.	Saya mampu mengendalikan pikiran saat melihat iklan <i>PayLater</i> yang sering muncul di media sosial agar tidak terpicu untuk berbelanja					
4.	Saya tidak mudah terpengaruh oleh teman atau lingkungan yang sering menggunakan <i>PayLater</i> untuk membeli barang-barang yang tidak terlalu dibutuhkan					
5.	Saya mampu mengendalikan keputusan dalam penggunaan <i>PayLater</i> dengan mempertimbangkan kebutuhan dan prioritas, bukan hanya keinginan sesaat					
6.	Saya selalu membuat keputusan yang rasional dan terencana sebelum menggunakan <i>PayLater</i> , bukan keputusan yang tergesa-gesa					
7.	Saya mampu menunda kesenangan untuk membeli barang yang tidak terlalu penting demi mencapai tujuan keuangan jangka panjang (misalnya, menabung untuk pendidikan atau investasi)					

8.	Saya lebih memilih menabung terlebih dahulu untuk membeli suatu barang daripada langsung menggunakan <i>PayLater</i>					
----	--	--	--	--	--	--

4. Penggunaan *PayLater* (Y)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya sering menggunakan layanan <i>PayLater</i> (lebih dari 3 kali) dalam satu bulan terakhir					
2.	Saya cenderung menggunakan <i>PayLater</i> untuk pembelian dengan nominal besar (misalnya, diatas Rp 500.000)					
3.	Saya menggunakan <i>PayLater</i> untuk memenuhi kebutuhan mendesak yang tidak bisa ditunda					
4.	Saya menggunakan <i>PayLater</i> agar bisa mengikuti tren atau gaya hidup yang sedang populer					
5.	Saya menggunakan <i>PayLater</i> karena ada promo atau diskon menarik yang ditawarkan					
6.	Saya merasa nyaman dalam menggunakan <i>PayLater</i> dibandingkan metode pembayaran lain (misalnya, transfer bank,kartu debit,tunai)					
7.	Saya merasa sangat bergantung pada <i>PayLater</i> untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan saya					
8.	Saya sering merekomendasikan layanan <i>PayLater</i> kepada teman atau keluarga					