



Peran *Lifestyle* sebagai Pemoderasi antara *Financial Literacy* dan *Self Control* terhadap Penggunaan *Paylater* pada Mahasiswa Generasi Z

Lulu Novita Sari^{1*}, Mardi², Khansha Sindra Irfani³

¹⁻³Pendidikan Akuntansi, Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

*Penulis Korespondensi: novitalulu09@gmail.com

Abstract. The surge in paylater service adoption among Generation Z has raised critical concerns regarding impulsive digital credit management. This study aims to analyze the influence of financial literacy and self-control on the intensity of paylater usage, incorporating lifestyle as a moderating variable among the 2022 cohort of students at the Faculty of Economics and Business, Universitas Negeri Jakarta. Utilizing a quantitative survey design, data were collected from 259 respondents selected through proportional random sampling and analyzed using multiple linear regression and Moderated Regression Analysis (MRA). The results demonstrate that financial literacy has a significant positive impact on paylater usage, whereas self-control exhibits a significant negative influence. Regarding the moderating role of lifestyle, it was found to strengthen the effect of self-control on paylater usage, although it did not significantly moderate the relationship between financial literacy and such usage. These findings highlight the urgency of financial education and self-regulation in fostering prudent digital consumption patterns. This study provides valuable insights for educational institutions to strengthen financial management curricula, enabling students to engage with digital credit platforms more responsibly in the future

Keywords: Financial Literacy; Lifestyle; Paylater Usage; Self Control; Students.

Abstrak. Peningkatan penggunaan layanan *paylater* pada Generasi Z menimbulkan tantangan serius terhadap perilaku manajemen keuangan digital. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *financial literacy* dan *self control* terhadap intensitas penggunaan *paylater*, dengan menempatkan *lifestyle* sebagai variabel moderasi pada mahasiswa FEB Universitas Negeri Jakarta angkatan 2022. Dengan pendekatan kuantitatif, survei dilakukan terhadap 259 responden yang dipilih melalui metode *proportional random sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda serta *Moderated Regression Analysis* (MRA). Temuan penelitian mengungkapkan bahwa *financial literacy* berpengaruh positif dan signifikan, sementara *self control* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap intensitas penggunaan *paylater*. Dalam perannya sebagai variabel moderasi, *lifestyle* terbukti memperkuat pengaruh *self control* terhadap penggunaan *paylater*, namun tidak menunjukkan pengaruh signifikan dalam memoderasi hubungan antara *financial literacy* dan penggunaan *paylater*. Hasil ini menegaskan pentingnya edukasi keuangan dan penguatan kontrol diri dalam membentuk pola konsumsi digital yang lebih bijak. Hasil studi ini diharapkan menjadi masukan bagi institusi pendidikan untuk mengoptimalkan literasi manajemen keuangan mahasiswa, sehingga pemanfaatan platform kredit digital ke depan dapat dilakukan secara lebih bertanggung jawab dan terukur.

Kata kunci: Financial Literacy; Generasi Z; Lifestyle; Penggunaan Paylater; Self Control.

1. LATAR BELAKANG

Pesatnya digitalisasi telah merevolusi sektor keuangan, salah satunya melalui layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) atau *paylater* yang memungkinkan transaksi belanja dengan pembayaran tertunda. Di Indonesia, adopsi *paylater* melonjak drastis dari 4,63 juta kontrak pada 2019 menjadi 79,92 juta pada 2023 (OJK dalam GoodStats, 2024). Hal ini menegaskan bahwa *paylater* telah menjadi instrumen krusial dalam ekosistem keuangan digital, khususnya bagi generasi muda.

Generasi Z mendominasi penggunaan layanan ini, dengan 26,5% pengguna berada pada rentang usia 18–25 tahun (Kredivo & Katadata Insight Center, 2024). Perilaku konsumtif dan adaptabilitas tinggi terhadap teknologi membuat Generasi Z cenderung mengambil keputusan

finansial yang impulsif (Karinda & Ambalao, 2025). Fenomena ini menjadi perhatian serius karena indeks literasi keuangan Indonesia pada 2025 baru menyentuh angka 66,46%, jauh tertinggal dibandingkan tingkat inklusi keuangan sebesar 80,51% (OJK, 2025). Ketimpangan tersebut mengindikasikan bahwa banyak individu mengakses kredit digital tanpa pemahaman pengelolaan keuangan yang memadai.

Perilaku penggunaan *paylater* dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal. Dari sisi internal, *financial literacy* berperan penting dalam membantu individu mengevaluasi risiko serta konsekuensi dari penggunaan kredit digital agar lebih bijak dalam bertransaksi (Sanggarwati et al., 2025). Selain itu, *self control* berfungsi sebagai kendali kognitif yang membatasi dorongan untuk berbelanja impulsif di *platform e-commerce* (N. M. E. Putri & Andarini, 2022). Dari sisi eksternal, *lifestyle* sering kali memicu tekanan sosial yang mendorong individu untuk lebih aktif memanfaatkan layanan *paylater* sebagai bagian dari pemenuhan gaya hidup *modern* (Sitepu & Fadila, 2024).

Hingga saat ini, penelitian terdahulu mengenai pengaruh *financial literacy* dan *self control* terhadap penggunaan *paylater* menunjukkan temuan yang tidak konsisten. Beberapa studi menemukan adanya pengaruh positif (Jamal et al., 2023; Rahmania & Manjaleni, 2025), sementara studi lain justru menunjukkan hasil yang berlawanan (Saputri & Fathihani, 2025). Begitu pula dengan peran *lifestyle* sebagai variabel moderasi yang menunjukkan hasil beragam, di mana sebagian peneliti menemukan adanya pengaruh penguatan terhadap perilaku konsumtif (Ardiyanti & Nasikah, 2022), namun peneliti lain menemukan hasil sebaliknya Pujia et al. (2024).

Kesenjangan empiris tersebut melatarbelakangi urgensi kajian ini bagi mahasiswa Generasi Z yang mulai terpapar dengan kemudahan akses kredit digital. Kebaruan penelitian ini terletak pada pengujian *lifestyle* sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara *financial literacy* dan *self control* terhadap penggunaan *paylater*, dengan fokus spesifik pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta angkatan 2022.

2. KAJIAN TEORITIS

Theory of Planned Behavior

Penelitian ini berlandaskan pada *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (1991), di mana niat perilaku individu dibentuk melalui tiga determinan utama: *attitude toward behavior*, *subjective norm*, serta *perceived behavioral control*. Dalam ekosistem layanan keuangan digital, kerangka TPB telah diakui sebagai model yang kuat untuk menjelaskan niat dan perilaku adaptasi teknologi finansial di masyarakat (Antika et al., 2023).

Mengacu pada penelitian Octaviana et al. (2024), TPB terbukti efektif dalam membedah adopsi penggunaan *paylater*, di mana sikap terhadap layanan, norma sosial dari kelompok sebaya, dan persepsi kontrol perilaku melalui *financial literacy* secara bersama-sama berkontribusi signifikan terhadap niat pengguna. Dalam model penelitian ini, *financial literacy* dikonseptualisasikan untuk membentuk *attitude toward behavior*, *self control* diposisikan sebagai representasi dari *perceived behavioral control*, sementara *lifestyle* diintegrasikan sebagai variabel yang merepresentasikan *subjective norm* yang memiliki kemampuan untuk memperkuat maupun melemahkan pengaruh variabel internal terhadap penggunaan *paylater*.

Penggunaan Paylater

Penggunaan *paylater* merupakan perilaku ekonomi individu dalam memanfaatkan fasilitas *Buy Now Pay Later* (BNPL), yakni sebuah bentuk kredit digital yang memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi pembelian barang atau jasa tanpa kartu kredit, dengan kewajiban pelunasan yang ditunda (Saad et al., 2025). Fenomena penggunaan *paylater* ini tidak hanya dipengaruhi oleh aspek fungsional layanan, melainkan juga didorong oleh faktor perilaku dan interaksi sosial, di mana fitur BNPL cenderung memicu pergeseran pola konsumsi masyarakat dari pembelian berdasarkan skala prioritas kebutuhan menjadi pembelian yang didasari oleh keinginan impulsif (Pramesthi & Ananda, 2025). Lebih lanjut, intensitas penggunaan *paylater* yang tinggi sering kali dikaitkan dengan penurunan kualitas manajemen keuangan pribadi, seperti meningkatnya risiko akumulasi utang dan berkurangnya kapasitas menabung jika individu tidak memiliki *financial literacy* serta *self control* yang mumpuni. Dalam penelitian ini, penggunaan *paylater* diukur melalui tiga indikator yaitu kemudahan pengoperasian, kepuasan produk, dan intensitas penggunaan (Alghifari & Firman, 2025; Astuti & Wardani, 2024; Rahima & Cahyadi, 2022).

Financial Literacy

Financial literacy dipahami sebagai kapasitas individu untuk memproses, memahami, dan mengaplikasikan konsep-konsep keuangan dasar dalam perencanaan serta pengambilan keputusan finansial yang rasional, mencakup pengelolaan pendapatan, pengeluaran, tabungan, hingga manajemen risiko utang Birawan et al. (2024). Di era transformasi digital, cakupan *financial literacy* telah berkembang mencakup pemahaman akan risiko produk keuangan digital, manfaat layanan, serta kemampuan menggunakan instrumen teknologi secara bijak (OJK, 2022). Individu dengan *financial literacy* yang tinggi umumnya menunjukkan perilaku keuangan yang lebih positif, termasuk kecakapan dalam memilih produk finansial secara aman (Pranata et al., 2025). Dalam kerangka TPB, *financial literacy* memegang peranan krusial dalam membentuk *attitude toward behavior* karena individu yang teredukasi cenderung

memiliki persepsi yang lebih kritis terhadap penggunaan *paylater*. Penelitian ini mengukur *financial literacy* melalui tiga indikator yaitu pengetahuan keuangan, sikap keuangan, dan perilaku keuangan (Mukmin et al., 2021; OJK, 2024; Restike et al., 2024; Septia & Nesneri, 2024).

Self Control

Self control didefinisikan sebagai kemampuan kognitif dan perilaku seseorang dalam meregulasi dorongan, emosi, serta keinginan sesaat agar setiap tindakannya tetap selaras dengan target tujuan jangka panjang (Tangney et al., 2004 dalam Wardoyo & Mahyuzar, 2024). Dalam konteks penggunaan *e-commerce* dan kredit digital, *self control* menjadi benteng utama bagi individu untuk membatasi pengeluaran konsumtif dan memprioritaskan kebutuhan di atas keinginan (Arum & Khoirunnisa, 2021). Sejalan dengan TPB, *self control* memiliki kedekatan konseptual dengan komponen *perceived behavioral control*, di mana semakin kuat *self control* yang dimiliki seseorang, maka semakin besar pula kemampuannya dalam menekan penggunaan *paylater* yang bersifat impulsif. Penelitian ini mengukur *self control* melalui tiga indikator yaitu kontrol perilaku, kontrol kognitif, dan kontrol keputusan (Agnesia Mayriana, 2025; N. M. E. Putri & Andarini, 2022; Sari et al., 2025).

Lifestyle

Lifestyle atau gaya hidup merupakan pola perilaku yang mencerminkan bagaimana seseorang menjalani kehidupan sehari-hari, termasuk kebiasaan konsumsi, aktivitas, minat, serta preferensi yang dipilih dari berbagai alternatif yang tersedia dalam lingkungan sosialnya (Widiastuti, 2023). *Lifestyle* berperan penting dalam menentukan keputusan pembelian dan pola pengeluaran individu, di mana pola hidup konsumtif dapat mendorong individu untuk melakukan pembelian sebagai bagian dari ekspresi diri atau pemenuhan kebutuhan sosial (Saleh, 2021). Dalam kerangka TPB, *lifestyle* mencerminkan komponen *subjective norm* yang menggambarkan pengaruh lingkungan sosial terhadap perilaku individu, di mana *lifestyle* konsumtif yang umum di kalangan Generasi Z dapat menciptakan tekanan sosial yang mendorong penggunaan *paylater* meski tidak selalu didasari kebutuhan yang mendesak. Variabel *Lifestyle* dalam penelitian ini diukur berdasarkan pendekatan psikografis *Activities, Interests, and Opinions* (AIO) yang terdiri atas tiga indikator, yaitu aktivitas, minat, dan opini. (Alrizani et al., 2025; Ardiyanti & Nasikah, 2022; Septawati et al., 2025).

Sintesis Hubungan Antar-Variabel dan Model Konseptual Moderasi

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *financial literacy* secara konsisten berpengaruh positif terhadap kebijakannya keputusan penggunaan layanan keuangan digital (Drajati & Hanantijo, 2025; Hidayanti et al., 2023). Sebaliknya, *self control* memiliki korelasi

negatif yang signifikan terhadap penggunaan *paylater*, yang mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kontrol diri seseorang, maka kecenderungan penggunaan layanan kredit secara berlebihan akan semakin menurun (Badi'ah & Hariyono, 2023; A. F. G. Putri et al., 2026; Sari et al., 2025).

Mengenai peran *lifestyle* sebagai variabel moderasi, terdapat indikasi bahwa gaya hidup dapat mengubah efektivitas variabel internal pengguna. Studi menunjukkan *lifestyle* mampu memoderasi hubungan antara *financial literacy* dan perilaku konsumtif (Ardiyanti & Nasikah, 2022; Susilowati et al., 2025), meskipun pengaruh ini bervariasi bergantung pada tekanan lingkungan sosial pengguna (Fauza, 2025). Selain itu, *lifestyle* yang konsumtif terbukti dapat melemahkan fungsi *self control* individu, sehingga memicu peningkatan intensitas penggunaan *paylater* yang kurang terkendali (Asmarani, 2024; Hiwalna et al., 2025).

3. METODE PENELITIAN

Studi ini menerapkan pendekatan kuantitatif melalui desain penelitian survei untuk menganalisis hubungan antarvariabel. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner daring yang ditujukan kepada mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta angkatan 2022 yang memiliki pengalaman dalam penggunaan *paylater*. Populasi dalam penelitian ini mencakup 732 mahasiswa yang tersebar di sembilan program studi. Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Slovin dengan batas toleransi kesalahan sebesar 5%, ditetapkan sampel penelitian sebanyak 259 responden. Untuk menjaga keterwakilan yang akurat dari setiap program studi, teknik pengambilan sampel yang diterapkan adalah *proportional random sampling*.

Pengukuran instrumen penelitian dilakukan dengan skala *Likert* enam poin, yang membentang dari skor 1 (*Sangat Tidak Setuju*) hingga skor 6 (*Sangat Setuju*). Seluruh instrumen yang digunakan telah melalui serangkaian pengujian validitas dan reliabilitas, sehingga dinyatakan memenuhi syarat untuk digunakan dalam pengambilan data. Analisis data utama dilakukan dengan metode regresi linear berganda untuk menguji pengaruh *financial literacy* dan *self control* terhadap penggunaan *paylater*. Sementara itu, untuk membedah peran *lifestyle* sebagai variabel moderasi, digunakan metode *Moderated Regression Analysis (MRA)*. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji parsial dan koefisien determinasi, di mana seluruh proses komputasi statistik difasilitasi dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 31.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 259 mahasiswa angkatan 2022 dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta yang memiliki riwayat penggunaan *paylater*. Berdasarkan profil responden, mayoritas didominasi oleh perempuan (66,4%), dengan tingkat uang saku bulanan berkisar antara Rp1.000.001 hingga Rp2.000.000 (32,4%). Selain itu, sebagian besar responden (41,3%) tercatat baru menggunakan layanan *paylater* dalam durasi kurang dari enam bulan.

Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk memvalidasi kelayakan model regresi yang digunakan dalam penelitian. Tahap ini difokuskan pada uji normalitas data melalui pendekatan *Kolmogorov-Smirnov (K-S)*. Hasil pengujian normalitas disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			259
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		3.36222134
Most Extreme Differences	Absolute		.050
	Positive		.022
	Negative		-.050
Test Statistic			.050
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		.115
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.107
		Upper Bound	.123

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 299883525.

Sumber: Data *output* SPSS dan diolah oleh peneliti (2026)

Berdasarkan hasil olahan data pada Tabel 1, nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* yang diperoleh adalah 0,200, angka tersebut berada di atas ambang signifikansi 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa data residual terdistribusi secara normal, sehingga model regresi dinyatakan valid untuk proses analisis selanjutnya. Validitas asumsi normalitas ini turut dikonfirmasi melalui

visualisasi *Normal P-P Plot*, di mana sebaran titik residual terlihat mengikuti pola garis diagonal secara konsisten tanpa menunjukkan deviasi yang berarti.

Hasil Uji Regresi

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda diterapkan dalam studi ini untuk menguji sejauh mana pengaruh *financial literacy* (X_1) dan *self control* (X_2) terhadap penggunaan *paylater* (Y). Hasil pengolahan data statistik disajikan dalam Tabel 2 berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	27.749	3.362		8.255	<.001
1 <i>Financial Literacy</i>	.364	.096	.274	3.810	<.001
<i>Self Control</i>	-.254	.064	-.287	-3.995	<.001

a. Dependent Variable: Penggunaan *Paylater*

Sumber: Data *output SPSS* & diolah oleh peneliti (2026)

Berdasarkan nilai *Unstandardized Coefficients (B)* pada tabel tersebut, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 27,749 + 0,364X_1 + (-0,254)X_2 + e$$

Model regresi menghasilkan konstanta sebesar 27,749, yang menjadi titik dasar penggunaan *paylater* jika variabel *financial literacy* dan *self control* diabaikan. Variabel *financial literacy* menunjukkan koefisien positif 0,364, menyiratkan bahwa pemahaman keuangan yang lebih baik cenderung meningkatkan intensitas penggunaan *paylater*. Sebaliknya, *self control* memberikan pengaruh negatif dengan koefisien -0,254; ini menegaskan bahwa pengendalian diri yang lebih kuat secara signifikan mampu menekan kecenderungan mahasiswa untuk menggunakan layanan kredit digital.

Analisis Regresi Moderasi (*Moderated Regression Analysis/MRA*)

Pengujian *Moderated Regression Analysis (MRA)* bertujuan untuk mengetahui peran *lifestyle (Z)* dalam memoderasi pengaruh *financial literacy* (X_1) dan *self control* (X_2) terhadap penggunaan *paylater*. Hasil analisis disajikan pada tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Uji *Moderated Regression Analysis* (MRA)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	18.210	11.877		1.533
	<i>Financial Literacy</i>	.697	.303	.525	2.302
	<i>Self Control</i>	-.660	.203	-.748	-3.254
	<i>Lifestyle</i>	.327	.371	.500	.880
	<i>X1Z</i>	-.013	.010	-.903	-1.353
	<i>X2Z</i>	.015	.006	1.114	2.339

a. Dependent Variable: Penggunaan *Paylater*

Sumber: Data *output SPSS* & diolah oleh peneliti (2026)

Berdasarkan hasil diatas, persamaan regresi moderasi yang diperoleh adalah:

$$Y = 18,210 + 0,697X_1 - 0,660X_2 + 0,327Z - 0,013X_1Z + 0,015X_2Z + e$$

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *lifestyle* tidak signifikan memoderasi hubungan *financial literacy* terhadap penggunaan *paylater* (sig. 0,177 > 0,05). Sebaliknya, interaksi antara *self control* dan *lifestyle* terbukti signifikan (sig. 0,020 < 0,05) dengan koefisien positif 0,015. Hal ini mengonfirmasi bahwa gaya hidup konsumtif mampu melemahkan efektivitas *self control* dalam menahan dorongan mahasiswa untuk menggunakan *paylater*.

Hasil Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t parsial dengan membandingkan nilai t hitung dan t tabel sebesar 1,969 (df = 256, $\alpha = 0,05$). Ringkasan hasil pengujian hipotesis disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	27.749	3.362		8.255
	<i>Financial Literacy</i>	.364	.096	.274	3.810
	<i>Self Control</i>	-.254	.064	-.287	-3.995

a. Dependent Variable: Penggunaan *Paylater*

Sumber: Data *output SPSS* & diolah oleh peneliti (2026)

Tabel 5. Hasil Keputusan Hipotesis

Hipotesis	Variabel Independen	Variabel Dependen	Koefisien Regresi	Nilai Signifikansi	Hasil
H1	<i>Financial Literacy</i>	Penggunaan <i>Paylater</i>	0,364	<0,001	Diterima
H2	<i>Self Control</i>	Penggunaan <i>Paylater</i>	-0,254	<0,001	Diterima

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2026)

H1: *Financial Literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan *Paylater*

Nilai *t hitung* sebesar 3,810 yang lebih besar dari *t tabel* 1,969 (signifikansi < 0,05) menunjukkan bahwa H1 diterima. *Financial literacy* terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *paylater*, artinya peningkatan pemahaman keuangan mahasiswa berbanding lurus dengan intensitas mereka dalam menggunakan layanan tersebut.

H2: *Self Control* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Penggunaan *Paylater*

Dengan nilai *t hitung* sebesar 3,995 yang melampaui *t tabel* 1,969 (signifikansi < 0,05), maka H2 diterima. Hasil ini menegaskan bahwa *self control* berpengaruh negatif dan signifikan, di mana semakin kuat kemampuan regulasi diri mahasiswa, maka semakin rendah kecenderungan mereka untuk menggunakan *paylater*.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana variasi penggunaan *paylater* (Y) dapat dijelaskan oleh *financial literacy* (X_1), *self control* (X_2), dan *lifestyle* (Z). Hasil pengujian disajikan pada tabel berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate
1	.710 ^a	.505	.499	3.382
a. Predictors: (Constant), <i>Lifestyle</i> , <i>Financial Literacy</i> , <i>Self Control</i>				

Sumber: Data output SPSS dan diolah peneliti (2026)

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,505. Hal ini menunjukkan bahwa 50,5% variasi penggunaan *paylater* dipengaruhi oleh ketiga variabel tersebut, sementara 49,5% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian. Adapun nilai koefisien korelasi (*R*) sebesar 0,710 mengindikasikan adanya hubungan yang kuat antara variabel-variabel dalam model dengan penggunaan *paylater*, sehingga model penelitian ini dinilai cukup representatif dalam menjelaskan perilaku penggunaan *paylater* mahasiswa.

Pembahasan

Pengaruh Financial Literacy terhadap Penggunaan Paylater

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *financial literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *paylater*. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat literasi keuangan yang baik justru memicu mahasiswa untuk lebih aktif memanfaatkan layanan *paylater*. Kondisi ini membuktikan bahwa pemahaman keuangan tidak selalu membuat seseorang menghindari kredit digital, melainkan mendorong mereka untuk menggunakannya secara lebih terencana setelah memahami mekanisme serta risiko yang ada.

Perspektif ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), di mana pemahaman yang memadai membentuk sikap positif individu terhadap suatu perilaku. Dalam penelitian ini, *financial literacy* yang tinggi memfasilitasi mahasiswa untuk memandang *paylater* sebagai instrumen keuangan yang dapat dimanfaatkan secara rasional. Meskipun jenis transaksi tidak diidentifikasi secara spesifik, terdapat kecenderungan bahwa mahasiswa dengan literasi tinggi lebih bijak dalam mengalokasikan *paylater* untuk kebutuhan akademik atau produktif dibandingkan konsumsi impulsif. Hal ini diperkuat oleh penelitian Aprilia et al. (2024) yang menyatakan bahwa individu dengan literasi keuangan yang baik mampu menggunakan fasilitas *paylater* secara terukur tanpa memicu masalah finansial di masa depan.

Temuan ini juga memperkuat hasil studi terdahulu dari Hidayanti et al. (2023), Anggiaputri & Efriyenti (2025), serta Drahati & Hanantijo (2025) yang sepakat bahwa literasi keuangan memiliki korelasi positif terhadap penggunaan *paylater*. Dengan demikian, *financial literacy* berperan penting dalam mengarahkan penggunaan layanan kredit digital menjadi lebih bertanggung jawab dan bukan sekadar tindakan konsumtif semata.

Pengaruh Self Control terhadap Penggunaan Paylater

Hasil penelitian membuktikan bahwa *self control* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penggunaan *paylater*. Hal ini mengonfirmasi bahwa tingkat regulasi diri yang lebih tinggi pada mahasiswa berkontribusi langsung pada penurunan intensitas penggunaan kredit digital. Individu dengan *self control* yang baik mampu melakukan pertimbangan matang terkait kebutuhan mendesak, kapasitas finansial, serta risiko jangka panjang sebelum memutuskan untuk bertransaksi menggunakan *paylater*.

Temuan ini konsisten dengan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), khususnya pada dimensi *perceived behavioral control*, yang menekankan bahwa tindakan individu sangat dipengaruhi oleh kapasitas mereka dalam mengelola perilaku sendiri. Hasil ini juga memperkuat studi dari A. F. G. Putri et al. (2026), Badi'ah & Hariyono (2023), serta Laura Putri Anggraini & Hudaniah (2023) yang menyatakan bahwa *self control* berperan sebagai

determinan penting dalam menahan perilaku konsumtif serta membatasi ketergantungan berlebih terhadap layanan *paylater*.

Peran Lifestyle dalam Memoderasi Pengaruh Financial Literacy terhadap Penggunaan Paylater

Hasil analisis menunjukkan bahwa *lifestyle* tidak terbukti memoderasi pengaruh *financial literacy* terhadap penggunaan *paylater*. Hal ini mengindikasikan bahwa dampak *financial literacy* pada perilaku kredit digital bersifat stabil, terlepas dari *lifestyle* yang dianut mahasiswa. Dengan kata lain, pemahaman finansial tetap menjadi faktor penentu utama dalam penggunaan *paylater*, tanpa dipengaruhi oleh kecenderungan gaya hidup individu.

Merujuk pada *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), *financial literacy* lebih dominan beroperasi pada aspek kognitif individu dalam mengevaluasi perilaku, sehingga faktor *lifestyle* tidak cukup kuat untuk mengubah arah pengaruh tersebut. Temuan ini selaras dengan penelitian Fauza (2025) serta Azhari (2023) yang menegaskan bahwa *lifestyle* tidak memiliki signifikansi dalam memediasi atau memoderasi hubungan antara pemahaman keuangan dan keputusan penggunaan layanan keuangan digital..

Peran Lifestyle dalam Memoderasi Pengaruh Self Control terhadap Penggunaan Paylater

Penelitian ini menemukan bahwa *lifestyle* terbukti memoderasi pengaruh *self control* terhadap penggunaan *paylater*. Hasil ini menunjukkan bahwa gaya hidup konsumtif mampu mendegradasi efektivitas kontrol diri mahasiswa dalam membatasi penggunaan kredit digital. Artinya, meskipun seorang mahasiswa memiliki regulasi diri yang baik, dorongan untuk mengikuti tren dan tuntutan gaya hidup *modern* tetap dapat memicu ketergantungan pada layanan *paylater*.

Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), perilaku individu merupakan interaksi antara faktor internal dengan tekanan norma sosial serta lingkungan. Bagi Generasi Z, gaya hidup konsumtif sering kali menjadi tekanan sosial yang mendikte keputusan finansial. Temuan ini selaras dengan studi Hiwalna et al. (2025), Zabrina et al. (2025), serta Lestari dan Haris (2022) yang menegaskan bahwa gaya hidup konsumtif dapat melemahkan kapasitas kontrol diri, sehingga secara tidak langsung mendorong peningkatan perilaku konsumtif melalui layanan *paylater*.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menganalisis pengaruh *financial literacy* dan *self control* terhadap penggunaan *paylater* pada mahasiswa FEB UNJ angkatan 2022, dengan *lifestyle* sebagai variabel moderasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa *financial literacy* berpengaruh positif

dan signifikan terhadap penggunaan *paylater*, sementara *self control* memiliki pengaruh negatif dan signifikan. Terkait variabel moderasi, *lifestyle* tidak terbukti memengaruhi hubungan antara *financial literacy* dan penggunaan *paylater*, namun secara signifikan terbukti memperlemah pengaruh *self control* terhadap penggunaan *paylater*. Dengan demikian, perilaku penggunaan *paylater* mahasiswa ditentukan oleh interaksi antara aspek kognitif (*financial literacy*) dan aspek pengendalian diri (*self control*) yang rentan terdistorsi oleh gaya hidup.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas jangkauan responden guna meningkatkan daya generalisasi temuan. Selain itu, penambahan variabel eksogen seperti *peer pressure*, pendapatan, persepsi risiko, maupun *financial attitude* sangat dianjurkan untuk memperkaya model penelitian. Penggunaan instrumen yang lebih komprehensif serta penerapan pendekatan longitudinal juga perlu dipertimbangkan agar dinamika penggunaan *paylater* pada Generasi Z dapat dipetakan secara lebih akurat dan mendalam.

DAFTAR REFERENSI

- Agnesia Mayriana. (2025). Pengaruh self-control terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswi pascasarjana Program Studi Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Medan Area Medan 2025.
- Alghifari, G., & 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>
- Alrizani, S., Sudrajat, A., Alzhara, A. S., Zahra, D. S., Salma Bariah, H., Universitas, M., & Karawang, S. (2025). Pengaruh gaya hidup, sikap keuangan dan kepribadian terhadap perilaku konsumtif mahasiswa/i dalam berbelanja produk Heelsaddict.
- Anggiaputri, A. R., & Efriyenti, D. (2025). Pengaruh gaya hidup, kontrol diri, literasi keuangan dan persepsi risiko terhadap tren penggunaan Paylater di kalangan mahasiswa. <https://journal.cattleyadf.org/index.php/Jasmien/index>
- Antika, Z. R., Rusmana, O., & Widianingsih, R. (2023). Analisis determinasi minat dan penggunaan financial technology payment menggunakan theory of planned behavior: Studi pada mahasiswa Unsosed. *Jurnal Ilmu Siber dan Teknologi Digital*, 1(2), 111–124. <https://doi.org/10.35912/jisted.v1i2.2097>
- Ardiyanti, N., & Nasikah, D. (2022). Pengaruh literasi keuangan, akses Paylater dan keinginan terhadap perilaku impulsive buying dengan gaya hidup sebagai variabel moderasi (Studi pada Muhammadiyah Bisnis Center (MBC) Kota Metro). *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 2(4).
- Arum, D., & Khoirunnisa, R. N. (2021). Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi Psikologi pengguna e-commerce Shopee.
- Asmarani, R. A. (2024). Pengaruh religiositas dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee Paylater dengan kontrol diri sebagai variabel moderating (Studi pada

mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan).

- Astuti, D. M., & Wardani, M. K. (2024). Pengaruh kemudahan penggunaan Paylater terhadap perilaku konsumtif dengan lifestyle sebagai pemoderasi. *Master*, 4(2), 147–154. <https://doi.org/10.37366/master.v4i2.1481>
- Azhari, R. M. (2023). Pengaruh literasi keuangan dan penggunaan financial technology terhadap pengelolaan keuangan dengan gaya hidup sebagai variabel moderasi.
- Badi'ah, S. S., & Hariyono, D. S. (2023). Hubungan kontrol diri terhadap keputusan pembelian menggunakan SPayLater. *JIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 6. <http://jiip.stkipyapisdompu.ac.id>
- Birawan, G. K., Hidayat, R., & Juhaeni, U. (2024). Peran financial literacy dalam meningkatkan financial well-being di era digital. 16, 2088–1312. <https://doi.org/10.58890/jkb.v16i2.257>
- Drajati, D. P., & Hanantijo, G. M. J. (2025). Pengaruh literasi keuangan terhadap penggunaan Paylater dengan variabel gaya hidup sebagai variabel mediasi. *Jurnal Riset Perbankan, Manajemen, dan Akuntansi*, 9(2), 102. <https://doi.org/10.56174/jrpma.v9i2.206>
- Fauza, D. R. (2025). Pengaruh parental income, financial literacy, dan financial attitude terhadap financial management behavior pada mahasiswa dengan lifestyle sebagai variabel moderasi.
- Hidayanti, N., Wiryaningtyas, D. P., Ariyantiningasih, F., & Ciptasari, A. D. W. (2023). Pengaruh literasi keuangan dan persepsi risiko terhadap keputusan penggunaan Shopee Paylater melalui financial technology pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Abdurachman Saleh Situbondo.
- Hiwalna, A., Widyastuti, U., & Noviarini, D. (2025). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee Pay Later: Peran moderasi kontrol diri pada generasi Z. *PENG: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 3(1), 422–437. <https://doi.org/10.62710/k5em1b31>
- Jamal, H., Haeruddin, H., & Ahmad, I. (2023). Dampak literasi keuangan dan sikap keuangan terhadap perilaku keuangan. *Akuntansi Bisnis & Manajemen*, 30(2). <https://doi.org/10.35606/jabm.v30i2.1277>
- Karinda, A., & Ambalao, S. (2025). Neuroekonomi dan pengambilan keputusan finansial oleh generasi Z. *Paradoks Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(2).
- Laura Putri Anggraini, & Hudaniah. (2023). Hubungan self control dengan perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa rantau. *Cognicia*, 11(2), 140–148. <https://doi.org/10.22219/cognicia.v11i2.28074>
- Mukmin, Gunawan, A., Arif, M., & Jufrizen. (2021). Pengujian konstruk literasi keuangan mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 22(2). <https://doi.org/10.30596/jimb.v22i2.7080>
- Octaviana, F., Dewi, F. R., & Hidayati, N. (2024). Financial literacy, risk perception, and Paylater adoption: A TPB analysis. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*. <https://doi.org/10.17358/jabm.10.2.491>
- OJK. (2024). *Survei nasional literasi dan inklusi keuangan (SNLIK) 2024*.

- Pramesthi, J. A., & Ananda, P. (2025). The BNPL phenomenon: Digital consumer communication and behavior in Shopee Paylater. 13(2), 322–245. <https://doi.org/10.24198/jkk.v13i2.64209>
- Pranata, J. S. A., Supeni, R. E., & Wijayantini, B. (2025). Analisis literasi keuangan, layanan fintech dan gaya hidup terhadap perilaku keuangan generasi Z mahasiswa di Kota Jember. 5(2).
- Pujia, D. P., Hidayat, C. E., Kamela, H., Susilowati, & Suhartono. (2024). Pengaruh literasi keuangan dan penggunaan digital payment terhadap perilaku konsumtif dengan gaya hidup sebagai variabel moderasi pada mahasiswa FEB Universitas Tangerang Raya. *Ilmu Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 5(2), 661–677. <https://doi.org/10.37012/ileka.v5i2.2455>
- Putri, A. F. G., Miswanto, M., & Budiati, Y. (2026). Pengaruh kemudahan akses, literasi keuangan, dan self control terhadap intensitas penggunaan layanan Paylater/BNPL. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 19(1), 24–45. <https://doi.org/10.26623/jreb.v19i1.13800>
- Putri, N. M. E., & Andarini, S. (2022). Pengaruh self control dan financial attitude terhadap financial management behavior pengguna layanan buy now pay later.
- Rahima, P., & Cahyadi, I. (2022). Pengaruh fitur Shopee Paylater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Mataram. *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.30812/target.v4i1.2016>
- Rahmania, F., & Manjaleni, R. (2025). Pengaruh literasi keuangan dan kemudahan Paylater terhadap perilaku keuangan pada generasi Z di Kota Bandung. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 11(3), 1197–1207. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v11i3.4140>
- Restike, K. P., Prasasti, D., Fitriani, D. I., & Ciptani, M. K. (2024). Pengaruh literasi keuangan, perilaku pembelian impulsif, dan gaya hidup terhadap penggunaan Shopee Paylater Gen Z.
- Saad, S., Hasan, E., Bina, S., & Cileungsi, M. (2025). Drivers of buy now pay later (BNPL) adoption in emerging markets: A qualitative exploration of Shopee Paylater users in Bogor City, Indonesia. *Journal of Economic Management*, 2(1).
- Saleh, A. A. (2021). Hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa. *Komunida*, 11, 1–14. <https://doi.org/10.35905/komunida.v11i01>
- Sanggarwati, B., Yulianti, G., & Singgih, T. S. (2025). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup dan fintech digital payment terhadap perilaku pengelolaan keuangan generasi Z. <https://doi.org/10.30640/ekonomika45.v13i1.4924>
- Saputri, R. A., & Fathihani. (2025). Pengaruh literasi keuangan, penggunaan Paylater, dan pendapatan terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Indonesia.
- Sari, N. N., Takidah, E., & Sumiati, A. (2025). Pengaruh literasi keuangan, digital payment, dan self control terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta. *Ekopedia*, 1(3), 653–671. <https://doi.org/10.63822/typj6d87>
- Septawati, D. R., Hak, N., & Polindi, M. (2025). Pengaruh religiositas Islam, persepsi risiko, kontrol diri, kemudahan penggunaan, literasi keuangan, dan gaya hidup hedonisme terhadap keputusan penggunaan Shopee Paylater pada generasi Z di Kota Bengkulu.

- Septia, L., & Nesner, Y. (2024). Determinan perilaku pengelolaan keuangan pada generasi Z di Kota Pekanbaru. 19(2), 94–110. <https://akuntansi.pnp.ac.id/jam>
- Sitepu, G. A., & Fadila, A. (2024). Analisis pemanfaatan layanan Paylater di era keuangan digital oleh generasi Z. *Journal of Young Entrepreneurs*, 3(1). <https://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/jye>
- Sofiyana, A., & Aryanto, V. D. W. (2025). Peran kontrol diri dalam memediasi literasi keuangan, gaya hidup dan interaksi teman sebaya terhadap perilaku konsumtif pengguna Paylater Gen Z di Kota Semarang. *Journal of Management & Business*, 8(2), 52–65. <https://doi.org/10.37531/sejaman.vxix.xxx>
- Susilowati, N., Epiella, J. N., Mustofa, R., Safitri, R., & Hutabarat, Y. T. (2025). Pengaruh literasi keuangan digital dan gaya hidup terhadap keputusan dalam menggunakan Paylater pada mahasiswa. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*, 8(2), 343–356.
- Wardoyo, E., & Mahyuzar, H. (2024). The influence of lifestyle, self control, use of e-money and financial literacy on students' consumptive behavior in online shopping.
- Widiastuti, C. T. (2023). Analisis gaya hidup sebagai variabel mediasi pada perilaku konsumtif belanja online. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 21(4).