

Analisis Pengaruh Kemudahan Akses, Persepsi Kemanfaatan, Dan *Financial Literacy* terhadap Pengguna *Paylater* Oleh Gen Z Di Surakarta

Abigail Audry Koes Hardania^{1*}, Dianing Widya Kusumastuti²

¹⁻² Program Studi Akuntansi, STIE Surakarta, Indonesia

abigaillaudrykoes@gmail.com¹, dianingwk@gmail.com²

*Penulis Korespondensi: abigaillaudrykoes@gmail.com

Abstract. *The research seeks to examine how accessibility, perceived benefits, and financial knowledge influence Generation Z's choices in adopting the Paylater option within digital wallet apps in Surakarta. It adopts a quantitative methodology featuring a causal associative framework. Key information was gathered via internet-based surveys sent to 100 participants chosen through purposive sampling techniques. Statistical examination involved multiple linear regression analysis utilizing SPSS software. Findings reveal that accessibility and perceived benefits exert a positive and meaningful impact on decisions to employ Paylater, whereas Financial Literacy demonstrates a negative and substantial influence. In essence, enhanced ease of use and greater recognized advantages boost the likelihood of opting for this feature, but elevated financial awareness diminishes interest due to heightened recognition of associated monetary hazards. These outcomes bolster the relevance of the Theory of Planned Behavior in interpreting behaviors related to electronic finance. On a practical level, the insights urge providers of digital financial solutions to harmonize user-friendly innovations with initiatives in financial education to encourage more accountable engagement with Paylater offerings.*

Keywords: *Ease of Access; E-Wallet; Financial Literacy; Generation Z; Perceived Usefulness.*

Abstrak. Studi ini dirancang untuk mengevaluasi dampak dari kemudahan penggunaan, pandangan tentang kegunaan, serta pengetahuan finansial terhadap pilihan Generasi Z di Surakarta dalam memanfaatkan layanan *Paylater* pada platform dompet digital. Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif dengan pendekatan kausal asosiatif. Informasi utama dikumpulkan lewat survei online yang disebarkan kepada 100 partisipan, yang dipilih melalui teknik sampling purposive. Pengolahan data dilakukan menggunakan analisis regresi linier ganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Temuan utama mengungkapkan bahwa kemudahan akses serta persepsi manfaat memberikan pengaruh positif dan bermakna pada keputusan menggunakan *Paylater*, sementara pengetahuan finansial menunjukkan dampak negatif yang signifikan. Dengan kata lain, semakin lancar akses ke layanan dan semakin tinggi nilai yang dirasakan, maka semakin besar kemungkinan Generasi Z memilihnya. Sebaliknya, tingkat pengetahuan finansial yang lebih tinggi justru mengurangi kecenderungan mereka untuk mengadopsi *Paylater*, karena meningkatnya kesadaran akan bahaya finansial yang mungkin timbul. Penemuan ini menegaskan keberlakuan *Theory of Planned Behavior* dalam memahami tindakan terkait keuangan elektronik. Dari segi praktis, hasil ini memberikan panduan bagi perusahaan penyedia jasa keuangan digital untuk menyelaraskan kemajuan dalam kemudahan akses dengan upaya pendidikan tentang literasi keuangan, guna mendorong pemanfaatan *Paylater* yang lebih bijak dan bertanggung jawab.

Kata kunci: *E-Wallet; Generasi Z; Kemudahan Akses; Literasi Keuangan; Persepsi Kemanfaatan.*

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital di era globalisasi telah mengubah sistem transaksi keuangan masyarakat secara signifikan. Inovasi dalam sistem pembayaran nontunai, khususnya melalui *electronic wallet (e-wallet)*, memberikan kemudahan dan efisiensi dalam melakukan transaksi ekonomi (Sari & Yatun, 2022). *E-wallet* memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran digital melalui koneksi internet tanpa menggunakan uang tunai. Seiring meningkatnya akses internet dan pesatnya perkembangan *e-commerce*, penggunaan *E-wallet* di Indonesia terus mengalami pertumbuhan yang signifikan, menciptakan perubahan dalam perilaku finansial masyarakat menuju sistem ekonomi digital yang lebih efisien dan modern.

Salah satu inovasi turunan dari *E-wallet* yang berkembang pesat adalah layanan *Paylater*, yakni fasilitas keuangan digital yang memungkinkan konsumen melakukan transaksi dengan opsi pembayaran di kemudian hari. Layanan ini banyak diintegrasikan ke dalam platform *e-commerce* dan *E-wallet* seperti ShopeePay, GoPay, OVO, dan Dana. Berdasarkan data tahun 2021, *ShopeePaylater* menjadi layanan paling populer dengan tingkat penggunaan mencapai 78,4%, diikuti oleh *GoPaylater* sebesar 33,8% (Sitepu & Fadila, 2024). Fitur *Paylater* menawarkan fleksibilitas pembayaran dan kemudahan akses, namun juga membawa implikasi terhadap perilaku konsumtif pengguna, terutama di kalangan Generasi Z yang dikenal adaptif terhadap teknologi dan memiliki preferensi tinggi terhadap kenyamanan serta kepraktisan (Ningsih et al., 2023).

Generasi Z merupakan kelompok masyarakat yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 dan tumbuh dalam lingkungan digital yang dinamis. Mereka cenderung cepat mengadopsi inovasi finansial berbasis teknologi, termasuk *Paylater*, karena kemudahan dan manfaat praktis yang ditawarkan. Namun, fenomena meningkatnya penggunaan *Paylater* di kalangan Gen Z juga menimbulkan kekhawatiran terkait kemampuan pengelolaan keuangan yang belum matang. Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2022) mencatat bahwa tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia baru mencapai 49,68%, sedangkan tingkat inklusi keuangan sudah mencapai 85,10%. Kesenjangan ini menunjukkan bahwa akses terhadap layanan keuangan digital belum diimbangi dengan kemampuan literasi keuangan yang memadai, sehingga meningkatkan risiko perilaku konsumtif dan penggunaan kredit yang berlebihan (Mahanani et al., 2024).

Meskipun sejumlah penelitian telah mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen dalam menggunakan layanan keuangan digital, sebagian besar masih berfokus pada perilaku pembelian impulsif atau kepuasan pelanggan (Ramadany & Artadita, 2022; Stifani, 2023). Kajian mengenai keputusan penggunaan fitur *Paylater* secara komprehensif, terutama di kalangan Generasi Z dan dalam konteks lokal seperti Surakarta, masih terbatas. Kesenjangan penelitian ini menunjukkan perlunya analisis yang lebih mendalam terhadap faktor-faktor penentu keputusan penggunaan *Paylater*, seperti kemudahan akses, persepsi kemanfaatan, dan literasi keuangan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemudahan akses, persepsi kemanfaatan, dan literasi keuangan terhadap keputusan penggunaan fitur *Paylater* pada aplikasi *E-wallet* oleh Generasi Z di Surakarta. Ketiga variabel tersebut dipilih karena secara teoritis berhubungan erat dengan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), yang menjelaskan bahwa niat dan perilaku seseorang dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan kontrol

perilaku yang dirasakan. Dalam konteks ini, kemudahan akses mencerminkan kontrol perilaku yang dirasakan, persepsi kemanfaatan berhubungan dengan sikap terhadap perilaku, sedangkan literasi keuangan berkaitan dengan kemampuan individu dalam mengontrol keputusan keuangannya.

Secara ilmiah, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur tentang perilaku keuangan digital di era ekonomi berbasis teknologi, khususnya mengenai determinan keputusan penggunaan *Paylater* di kalangan Generasi Z. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pengembang *E-wallet* dan lembaga keuangan digital dalam merancang strategi edukasi dan fitur layanan yang lebih berkelanjutan serta bertanggung jawab. Dengan demikian, artikel ini berupaya menjembatani kesenjangan teoritis dan empiris dalam studi tentang perilaku keuangan digital, serta memberikan rekomendasi berbasis bukti bagi peningkatan literasi keuangan dan tata kelola penggunaan *Paylater* di Indonesia.

2. KAJIAN TEORITIS

Kerangka konseptual penelitian ini berlandaskan pada *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (1991). Teori ini menjelaskan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh niat yang terbentuk melalui tiga komponen utama, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), norma subjektif (*subjective norm*), dan kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*). Dalam konteks penggunaan fitur *Paylater* pada *e-wallet*, kemudahan akses mencerminkan aspek kontrol perilaku yang dirasakan, persepsi kemanfaatan menggambarkan sikap terhadap perilaku, sedangkan literasi keuangan menunjukkan kemampuan individu dalam mengendalikan perilaku keuangannya secara rasional. Oleh karena itu, TPB menjadi teori dasar yang relevan dalam memahami keputusan Generasi Z dalam mengadopsi teknologi keuangan digital seperti *Paylater*.

Fitur *Paylater* merupakan inovasi dalam sistem pembayaran digital yang memungkinkan pengguna membeli barang dan membayar kemudian, baik secara penuh maupun cicilan. Layanan ini banyak terintegrasi dalam platform seperti ShopeePay, OVO, dan GoPay karena menawarkan kemudahan transaksi dan fleksibilitas pembayaran (Sari & Yatun, 2022). Generasi Z sebagai pengguna utama layanan digital menilai bahwa *Paylater* tidak hanya mempermudah transaksi, tetapi juga mendukung gaya hidup cepat dan instan (Sitepu & Fadila, 2024). Namun, kemudahan tersebut dapat menimbulkan risiko perilaku konsumtif apabila tidak diimbangi dengan literasi keuangan yang baik (Mahanani et al., 2024). Oleh karena itu, penting untuk memahami faktor-faktor psikologis dan kognitif yang memengaruhi keputusan

penggunaan layanan ini. *Paylater* merupakan salah satu produk dari *e-commerce*, dengan meningkatnya pengguna *Paylater* dapat memperbesar profit, karena perusahaan *e-commerce* masih sulit profit (Udin & Puspitaningrum, 2025).

Kemudahan Akses (*ease of access*) didefinisikan sebagai tingkat persepsi individu terhadap kemudahan penggunaan suatu layanan atau sistem tanpa hambatan teknis (Zahroh et al., 2023). Berdasarkan TPB, kemudahan akses berkaitan dengan *perceived behavioral control*, yaitu keyakinan individu bahwa mereka mampu menggunakan suatu layanan dengan mudah. Penelitian oleh Nuri Fityani (2024) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian impulsif pengguna *ShopeePaylater*. Stifani (2023) juga menemukan bahwa kemudahan penggunaan *Paylater* berdampak signifikan terhadap keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan. Dalam konteks e-wallet, semakin mudah fitur *Paylater* diakses dan digunakan, semakin besar kemungkinan pengguna, khususnya Gen Z, untuk mengadopsinya dalam kegiatan transaksi digital sehari-hari.

H1: Kemudahan akses berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan fitur *Paylater* pada aplikasi *E-wallet* oleh Generasi Z di Surakarta.

Selanjutnya, Persepsi Kemanfaatan (*perceived usefulness*) menggambarkan sejauh mana pengguna percaya bahwa penggunaan suatu sistem akan meningkatkan efisiensi dan kinerja aktivitas mereka (Priambodo & Prabawani, 2016). Menurut TPB, persepsi manfaat berhubungan dengan *attitude toward behavior*, yaitu evaluasi positif individu terhadap suatu perilaku. Dalam konteks layanan *Paylater*, manfaat mencakup fleksibilitas pembayaran, efisiensi waktu, serta keuntungan ekonomi seperti promosi dan *cashback*. Ramadany dan Artadita (2022) membuktikan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian impulsif di kalangan pengguna *ShopeePaylater*. Penelitian Asja et al. (2021) juga menegaskan bahwa persepsi manfaat merupakan determinan utama dalam minat menggunakan layanan *Paylater* di DKI Jakarta. Dengan demikian, semakin tinggi manfaat yang dirasakan, semakin besar kecenderungan individu untuk memutuskan menggunakan *Paylater*.

H2: Persepsi kemanfaatan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan fitur *Paylater* pada aplikasi *E-wallet* oleh Generasi Z di Surakarta.

Adapun Literasi Keuangan (*Financial Literacy*) merupakan kemampuan individu dalam memahami, menganalisis, dan menerapkan konsep keuangan untuk pengambilan keputusan ekonomi yang efektif (Ningsih et al., 2023). Literasi keuangan yang baik memungkinkan individu mengelola pengeluaran, memahami bunga kredit, dan menghindari risiko utang berlebihan (Mariyani & Risanta, 2025). Berdasarkan *Theory of Planned Behavior*, literasi keuangan berperan memperkuat kontrol perilaku yang dirasakan, karena pengetahuan dan

keterampilan finansial meningkatkan rasa percaya diri dalam mengambil keputusan ekonomi yang bertanggung jawab. Penelitian Mahanani et al. (2024) menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap keputusan Generasi Z dalam menggunakan *Paylater* di e-commerce. Namun, Dewi (2025) menunjukkan arah hubungan negatif, di mana individu dengan literasi keuangan tinggi justru cenderung menghindari penggunaan *Paylater* karena memahami risiko finansial jangka panjangnya. Hal ini menandakan bahwa literasi keuangan dapat berperan sebagai faktor pengendali dalam perilaku penggunaan layanan keuangan digital.

H3: Literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap keputusan penggunaan fitur *Paylater* pada aplikasi *E-wallet* oleh Generasi Z di Surakarta.

Berdasarkan uraian teori dan hasil penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa keputusan penggunaan *Paylater* merupakan hasil interaksi antara persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan tingkat literasi keuangan dalam kerangka TPB. Namun, terdapat kesenjangan empiris karena sebagian besar penelitian sebelumnya hanya berfokus pada variabel minat atau perilaku pembelian, bukan pada keputusan penggunaan secara menyeluruh. Selain itu, konteks penelitian yang dominan pada kota besar seperti Jakarta membuat hasilnya belum tentu merepresentasikan perilaku pengguna di wilayah lain seperti Surakarta, yang memiliki karakteristik sosial ekonomi berbeda. Penelitian ini hadir untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis secara simultan pengaruh kemudahan akses, persepsi kemanfaatan, dan literasi keuangan terhadap keputusan penggunaan *Paylater* di kalangan Generasi Z.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memperluas literatur tentang perilaku keuangan digital melalui pendekatan empiris berbasis TPB, serta memberikan kontribusi teoretis dalam memahami bagaimana faktor psikologis dan kognitif memengaruhi keputusan keuangan generasi muda di era ekonomi digital.

3. METODE PENELITIAN

Studi ini menerapkan metode kuantitatif dengan rancangan asosiatif kausal, yang difokuskan pada pemeriksaan keterkaitan kausal antara faktor-faktor penentu seperti kemudahan penggunaan, pandangan tentang kegunaan, serta pengetahuan finansial, dengan hasil akhir berupa pilihan untuk memanfaatkan layanan *Paylater*. Metode kuantitatif dipilih lantaran kemampuannya menghasilkan data objektif melalui pengukuran angka dan verifikasi hipotesis secara statistik (Sugiyono, 2022). Penelitian ini juga bersifat empiris serta terstruktur, dengan maksud untuk memverifikasi kerangka teoretis yang didasarkan pada *Theory of*

Planned Behavior (Ajzen, 1991) guna memahami tindakan Generasi Z dalam mengadopsi jasa keuangan elektronik.

Kegiatan riset ini berlangsung di wilayah Surakarta, Jawa Tengah, dari bulan Agustus sampai Oktober 2025. Surakarta terpilih sebagai lokasi karena memiliki jumlah Generasi Z yang besar dan laju adopsi dompet digital yang tinggi, sehingga cocok untuk merefleksikan pola perilaku finansial kaum muda. Informasi yang dikumpulkan merupakan data primer, yang diperoleh secara langsung lewat distribusi angket daring melalui aplikasi *Google Form*.

Subjek penelitian ini meliputi Generasi Z yang tinggal di Surakarta dan telah pernah mencoba fitur *Paylater* di platform dompet elektronik seperti *ShopeePaylater* atau *GoPaylater*. Menurut catatan Badan Pusat Statistik, populasi Generasi Z di Surakarta mencapai 158.038 orang. Jumlah sampel ditetapkan dengan formula Slovin pada margin kesalahan 10%, sehingga menghasilkan 100 partisipan. Pengambilan sampel dilakukan melalui teknik *purposive sampling*, dengan syarat: (1) peserta adalah anggota Generasi Z (kelahiran 1997–2012), (2) bermukim di Surakarta, dan (3) pernah menggunakan *Paylater* setidaknya sekali. Teknik ini dipilih untuk memastikan sampel benar-benar mencerminkan ciri populasi yang sesuai dengan sasaran studi.

Instrumen penelitian berupa kuesioner tertutup yang disusun berdasarkan indikator variabel dari literatur terdahulu. Variabel kemudahan akses diukur melalui indikator kemudahan mempelajari, fleksibilitas, kejelasan, dan kemudahan penggunaan (Zahroh et al., 2023). Persepsi kemanfaatan diukur melalui indikator peningkatan produktivitas, efektivitas transaksi, dan efisiensi waktu (Priambodo & Prabawani, 2016). Literasi keuangan mencakup pengetahuan dasar keuangan, tabungan dan pinjaman, serta investasi (Ningsih et al., 2023). Sementara itu, keputusan penggunaan diukur berdasarkan lama penggunaan, intensitas, dan kepuasan penggunaan (Mariyani & Risanta, 2025). Setiap item diukur dengan *skala Likert* 1-5, mulai dari “sangat tidak setuju” hingga “sangat setuju”. Uji validitas menunjukkan semua item memiliki nilai *r hitung* lebih besar dari *r tabel* (0,188), sehingga seluruh butir dinyatakan valid. Uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha menunjukkan nilai di atas 0,60 untuk semua variabel, menandakan bahwa instrumen penelitian reliabel dan konsisten.

Metode pengumpulan informasi dilakukan dengan menyebarkan angket secara online guna mencapai responden dengan cara yang efisien serta menghindari penyimpangan yang disebabkan oleh keterbatasan waktu dan ruang. Data yang terkumpul selanjutnya disusun dan diproses menggunakan aplikasi SPSS versi paling mutakhir untuk menjamin keakuratan dari hasil interpretasi.

Evaluasi informasi dilakukan melalui berbagai langkah statistik. Pada awalnya, dilakukan pemeriksaan instrumen (validitas dan reliabilitas) untuk memastikan mutu alat pengukuran. Kemudian, dilakukan verifikasi asumsi klasik, yang meliputi pemeriksaan normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas, untuk mengonfirmasi kecocokan model regresi. Langkah penutup adalah penerapan analisis regresi linier majemuk yang digunakan untuk menilai dampak kemudahan akses, persepsi kegunaan, serta pengetahuan finansial terhadap pilihan memanfaatkan fitur *Paylater*. Verifikasi hipotesis dilakukan dengan uji t (parsial) untuk mengevaluasi pengaruh setiap variabel bebas dan uji F (simultan) untuk melihat efek bersama ketiga variabel pada variabel terikat. Di samping itu, koefisien determinasi (R^2) diterapkan untuk mengukur seberapa jauh variasi keputusan penggunaan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel bebas tersebut.

Metode penelitian ini secara keseluruhan dirancang untuk menghasilkan temuan empiris yang valid, reliabel, dan dapat digeneralisasi guna memperkuat pemahaman teoretis mengenai perilaku keuangan digital Generasi Z dalam menggunakan layanan *Paylater* berbasis *E-wallet* di Indonesia.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas.

Variabel	pernyataan	rHitung	rTabel	keterangan
Kemudahan Akses (X1)	KA1	0.764	0.188	Valid
	KA2	0.787		
	KA3	0.814		
	KA4	0.748		
	KA5	0.818		
	KA6	0.826		
	KA7	0.841		
	KA8	0.872		
	KA9	0.817		
	KA10	0.800		
Persepsi Kemanfaatan (X2)	PK1	0.826	0.188	Valid
	PK2	0.846		
	PK3	0.794		
	PK4	0.798		
	PK5	0.755		
	PK6	0.812		
<i>Financial Literacy</i> (X3)	FL1	0.784	0.188	Valid
	FL2	0.862		
	FL3	0.841		
	FL4	0.841		
	FL5	0.864		
	FL6	0.684		
Keputusan Pengguna (Y)	Y1	0.841	0.188	Valid
	Y2	0.827		
	Y3	0.843		
	Y4	0.834		
	Y5	0.722		
	Y6	0.710		
	Y7	0.841		
	Y8	0.823		

Sumber: Olah data primer SPSS,2025.

Tabel 1 mengungkapkan bahwa sebanyak 30 butir instrumen terbukti sahih. Hal ini terlihat dari nilai r yang dihitung melebihi r tabel. R tabel bernilai 0,188 dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ dan derajat kebebasan 107 (diperoleh dari $df = n-2 = 109-2 = 107$). Hubungan korelasi antar indikator (X1, X2, X3, serta Y) menunjukkan signifikansi berdasarkan nilai Sig. (2-tailed). Oleh karena itu, setiap indikator pertanyaan dari variabel Kemudahan Akses (X1), Persepsi Kemanfaatan (X2), *Financial Literacy* (X3), dan Keputusan Pengguna (Y) dinyatakan sahih.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas.

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Kemudahan Akses (X1)	0.6	0.956	10	Sangat Tinggi Reliabel
Persepsi Kemanfaatan (X2)	0.6	0.933	6	Sangat Tinggi Reliabel
<i>Financial Literacy</i> (X3)	0.6	0.936	6	Sangat Tinggi Reliabel
Keputusan Pengguna (Y)	0.6	0.946	8	Sangat Tinggi Reliabel

Sumber: Olah data primer SPSS,2025.

Hasil pengujian keandalan pada tabel tersebut menunjukkan koefisien reliabilitas untuk 10 butir pada variabel Kemudahan Akses (X1) mencapai 0,956, 6 butir pada variabel Persepsi Kemanfaatan (X2) sebesar 0,933, 6 butir pada variabel *Financial Literacy* (X3) sebesar 0,936, serta 8 butir pada variabel Keputusan Pengguna (Y) sebesar 0,946. Angka-angka ini melebihi 0,60, sehingga kesimpulannya adalah seluruh pertanyaan untuk variabel X1, X2, X3, dan Y dalam studi ini memiliki tingkat keandalan yang sangat tinggi.

Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		109
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	558,725,276
	Absolute	.061
Most Extreme Differences	Positive	.031
	Negative	-.061
Test Statistic		.061
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Olah data primer SPSS,2025.

Pengujian normalitas menggunakan Kolmogorov–Smirnov pada Tabel 3 menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200, yang melampaui ambang signifikansi 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sisa data terdistribusi secara normal, sehingga syarat normalitas terpenuhi.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas.

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.303	3.063		1.405	0.163		
TOTAL_KA	0.466	0.146	0.449	3.198	0.002	0.216	4.632
TOTAL_PK	0.781	0.171	0.525	4.568	0	0.322	3.108
TOTAL_FL	-0.64	0.165	-0.368	-3.865	0	0.469	2.134

Sumber: Olah data primer SPSS,2025

Tabel 4 memaparkan angka toleransi untuk variabel Kemudahan Akses yang tercatat 0,216 dengan nilai VIF mencapai 4,632, toleransi Persepsi Kemanfaatan yang berada pada 0,322 dengan VIF 3,108, serta toleransi *Financial Literacy* yang ditunjukkan sebesar 0,469 dengan VIF 2,134. Berdasarkan data ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terlihat adanya gejala multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi yang diterapkan.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas.

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	
1 (Constant)	1.167	1.913		0.61	0.543		
TOTAL_KA	-0.019	0.091	-0.043	-0.207	0.836	0.216	
TOTAL_PK	0.068	0.107	0.107	0.633	0.528	0.322	
TOTAL_FL	0.093	0.103	0.127	0.905	0.368	0.469	

a. Dependent Variable: ABRES

Sumber: Olah data primer SPSS,2025.

Dari tabel yang disajikan, terlihat bahwa semua variabel bebas, yakni Kemudahan Akses, Persepsi Kemanfaatan, dan *Financial Literacy*, masing-masing memiliki tingkat signifikansi X1 sebesar 0,836, X2 sebesar 0,528, serta X3 sebesar 0,368, di mana seluruhnya melebihi 0,05. Kesimpulannya, tidak ada tanda-tanda heteroskedastisitas dalam model regresi ini. Ini berarti varians sisa bersifat stabil atau seragam, sehingga model regresi memenuhi salah satu syarat klasik dan cocok untuk analisis selanjutnya.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	4.303	3.063		1.405
	TOTAL_KA	0.466	0.146	0.449	3.198
	TOTAL_PK	0.781	0.171	0.525	4.568
	TOTAL_FL	-0.640	0.165	-0.368	-3.865

a. Dependent Variable: TOTAL_KP

Sumber: Olah data primer SPSS,2025

Berdasarkan analisis data yang tercantum dalam tabel tersebut, model persamaan regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 4,303 + 0,466 X_1 + 0,781 X_2 + (-0,640) X_3$$

- Konstanta bernilai 4,303 mengindikasikan bahwa jika semua variabel bebas (Kemudahan Akses, Persepsi Kemanfaatan, dan *Financial Literacy*) tetap stabil atau tidak berubah, maka nilai Keputusan Pengguna akan mencapai 4,303.
- Koefisien untuk Kemudahan Akses (X_1) sebesar 0,466 menunjukkan dampak positif pada Keputusan Pengguna (Y). Dengan kata lain, setiap kenaikan satu unit dalam variabel Kemudahan Akses akan menaikkan Keputusan Pengguna sebanyak 0,466.
- Koefisien Persepsi Kemanfaatan (X_2) yang mencapai 0,781 memberikan pengaruh positif dan bermakna terhadap Keputusan Pengguna (Y). Ini menyiratkan bahwa peningkatan persepsi tentang manfaat akan meningkatkan keputusan untuk menggunakan fitur *Paylater*.
- Koefisien *Financial Literacy* (X_3) sebesar -0,640 menunjukkan efek negatif dan signifikan pada Keputusan Pengguna (Y). Artinya, semakin tinggi literasi keuangan individu, semakin rendah kecenderungan mereka untuk memanfaatkan fitur *Paylater*.

Uji F (Simultan)

Tabel 7. Hasil Uji F (Simultan).

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4176.265	3	1392.088	43.355	.000b
	Residual	3371.478	105	32.109		
	Total	7547.743	108			

Sumber: Olah data primer SPSS,2025.

Dari tabel di atas, pengujian F menghasilkan nilai F sebesar 43,355 dengan tingkat signifikansi $< 0,000$. Karena probabilitasnya di bawah 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini sudah sesuai atau memadai, serta variabel bebas yang mencakup kemudahan akses, persepsi kemanfaatan, dan *Financial Literacy* secara bersama-sama memberikan dampak signifikan pada variabel terikat, yaitu keputusan penggunaan *Paylater*.

Uji T (Parsial)

Tabel 8. Hasil Uji T (Parsial).

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.303	3.063		1.405	0.163
TOTAL_KA	0.466	0.146	0.449	3.198	0.002
TOTAL_PK	0.781	0.171	0.525	4.568	0,000
TOTAL_FL	-0.640	0.165	-0.368	-3.865	0,000

Sumber: Olah data primer SPSS,2025

Pengujian T pada tabel tersebut mengungkapkan nilai signifikansi Kemudahan Akses (X1) sebesar 0,002 yang kurang dari 0,05. Untuk Persepsi Kemanfaatan (X2), signifikansinya 0,000 di bawah 0,05. Sedangkan *Financial Literacy* (X3) memiliki signifikansi 0,000 juga di bawah 0,05. Secara individual, Kemudahan Akses dan Persepsi Kemanfaatan memberikan pengaruh positif serta signifikan terhadap Keputusan Penggunaan *Paylater*, sementara *Financial Literacy* memberikan pengaruh negatif namun tetap signifikan. Ini menandakan bahwa kemudahan dan manfaat mendorong pemanfaatan *Paylater*, sedangkan pemahaman keuangan yang lebih mendalam justru mengurangi kecenderungan untuk menggunakannya.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi.

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.744a	0.553	0.541	5.667

Sumber: Olah data primer SPSS,2025

Berdasarkan tabel tersebut, hasil pengujian Koefisien Determinasi (R²) menunjukkan Adjusted R Square bernilai 0,541 atau setara dengan 54,1%, yang menyatakan bahwa variabel kemudahan akses, persepsi kemanfaatan, dan *Financial Literacy* berkontribusi terhadap keputusan penggunaan *Paylater* sebesar 54,1%. Sementara itu, 45,9% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar ruang lingkup penelitian ini.

Pembahasan Hasil

Pengaruh Kemudahan Akses terhadap keputusan penggunaan fitur Paylater pada aplikasi E-wallet oleh Gen Z di Surakarta

Variabel Kemudahan Akses memberikan dampak positif serta bermakna pada Keputusan Penggunaan Fitur *Paylater* di aplikasi *E-wallet* oleh Generasi Z di Surakarta. Ini terkonfirmasi melalui nilai t yang dihitung lebih tinggi daripada t tabel, ditambah dengan tingkat signifikansi di bawah 0,05, yang menandakan bahwa peningkatan persepsi kemudahan akses oleh pengguna akan meningkatkan kecenderungan mereka untuk memanfaatkan fitur *Paylater*.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Febrianti *et al.*, 2024), ditemukan bahwa kemudahan yang dirasakan memberikan dampak positif dan bermakna pada keputusan pembelian. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kemudahan saat menggunakan *ShopeePaylater*, maka semakin besar kecenderungan untuk memutuskan pembelian.

Kemudahan akses meliputi berbagai elemen seperti proses unduhan aplikasi yang mudah, pendaftaran yang cepat, desain antarmuka yang simpel, serta aksesibilitas fitur *Paylater* di berbagai platform *E-wallet* populer. Generasi Z, yang lahir dan berkembang di zaman digital, biasanya memiliki harapan besar terhadap kenyamanan dan efektivitas dalam melakukan transaksi. Karena itu, kemudahan akses berperan penting dalam mendorong minat serta keputusan mereka untuk mengadopsi layanan *Paylater*.

Pengaruh Persepsi Kemanfaatan terhadap keputusan penggunaan fitur Paylater pada aplikasi E-wallet oleh Gen Z di Surakarta

Temuan studi mengungkapkan bahwa persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) memberikan dampak positif serta bermakna pada keputusan untuk menggunakan fitur *Paylater* di aplikasi *E-wallet* oleh Generasi Z di Surakarta. Ini berarti bahwa semakin kuat keyakinan pengguna bahwa fitur tersebut dapat meningkatkan efisiensi, mempermudah transaksi, atau memberikan manfaat praktis lainnya, semakin besar pula kemungkinan mereka memilih untuk memanfaatkan layanan ini. Persepsi kemanfaatan mencakup elemen-elemen seperti percepatan pembayaran, opsi menunda pembayaran tanpa menghambat kegiatan konsumsi, serta keuntungan tambahan berupa diskon atau reward yang terkait dengan penggunaan *Paylater*.

Dari hasil riset oleh (Asja *et al.*, 2021), teridentifikasi bahwa persepsi manfaat dan pendapatan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat untuk menggunakan layanan *Paylater*. Temuan ini menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat berperan krusial dalam mendorong pembaharuan metode pembayaran di bisnis e-commerce, karena jika konsumen merasakan kegunaan dari metode *Paylater*, mereka akan tertarik dan berminat untuk mengadopsi metode pembayaran tersebut.

Pengaruh Financial Literacy terhadap keputusan penggunaan fitur Paylater pada aplikasi E-wallet oleh Gen Z di Surakarta.

Dari hasil analisis studi, terungkap bahwa variabel *Financial Literacy* memberikan dampak negatif serta bermakna pada keputusan untuk menggunakan fitur *Paylater* di aplikasi *E-wallet* oleh Generasi Z di Surakarta. Ini menyiratkan bahwa peningkatan literasi keuangan seseorang akan menurunkan kecenderungan mereka untuk memanfaatkan layanan *Paylater*.

Sebaliknya, individu dengan literasi keuangan yang rendah lebih sering mengandalkan fitur tersebut sebagai pilihan pembayaran dalam rutinitas konsumsi harian.

Penjelasan ini berlandaskan pada konsep perilaku finansial, yang menyatakan bahwa individu dengan tingkat pengetahuan keuangan yang mendalam cenderung memiliki pemahaman yang lebih luas tentang aspek-aspek seperti suku bunga, denda telat pembayaran, strategi pengaturan utang, serta bahaya ekonomi dalam jangka waktu lama. Biasanya, mereka lebih berhati-hati saat mengambil keputusan terkait uang dan cenderung menjauhi opsi seperti *Paylater* yang berpotensi menciptakan tekanan finansial di kemudian hari. Akibatnya, pengetahuan keuangan yang solid mendorong pola tindakan finansial yang lebih rasional dan penuh tanggung jawab. Hasil ini sejalan dengan pandangan yang dikemukakan oleh (Dewi et al., 2025), di mana studi mereka mengungkapkan bahwa pengetahuan keuangan memberikan dampak negatif dan bermakna pada frekuensi pemanfaatan *ShopeePaylater*.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kemudahan Akses memberikan dampak positif serta bermakna pada keputusan Generasi Z di Surakarta untuk menggunakan fitur *Paylater* di aplikasi e-wallet, di mana kemudahan dalam aktivasi, integrasi dengan platform belanja daring, dan proses transaksi yang sederhana meningkatkan kecenderungan mereka memanfaatkan layanan tersebut. Persepsi Kemanfaatan juga berkontribusi positif dan signifikan, karena semakin tinggi keyakinan pengguna tentang manfaat *Paylater*, semakin besar minat mereka untuk mengadopsinya. Di sisi lain, *Financial Literacy* memberikan pengaruh negatif dan signifikan, yang berarti individu dengan literasi keuangan tinggi lebih cenderung berhati-hati, rasional, dan mempertimbangkan risiko kredit digital seperti *Paylater*, sedangkan mereka yang literasi keuangannya rendah lebih mudah tergoda untuk menggunakannya demi gaya hidup konsumtif tanpa rencana finansial yang matang.

Sebagai saran, Generasi Z disarankan untuk memanfaatkan fitur *Paylater* dengan bijak dan terencana, memprioritaskan kebutuhan produktif daripada konsumtif belaka. Dengan pendekatan rasional, mereka dapat menghindari beban finansial di kemudian hari serta membentuk pola pengelolaan keuangan yang lebih sehat.

DAFTAR REFERENSI

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Asja, H. J., Susanti, S., & Fauzi, A. (2021). Pengaruh manfaat, kemudahan, dan pendapatan terhadap minat menggunakan paylater: Studi kasus masyarakat di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen*, 2(4), 309–325. <https://doi.org/10.35912/jakman.v2i4.495>
- Aulia Febrianti, V., Pratiwi, V., Hanaf, T., & S. N., A. (2024). Pengaruh perceived usefulness, perceived ease of use, dan perceived risk terhadap purchase decisions using ShopeePaylater pada Generasi Z di DKI Jakarta. *Vestnik Roszdravnadzora*, 4(1), 9–15.
- Diana, L. S., Trihudiyatmanto, M., & Apriliani, R. A. E. P. (2024). Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi risiko, intensitas penggunaan, dan gaya hidup terhadap perilaku impulse buying pengguna ShopeePaylater. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Perbankan Syariah*, 4(4), 16–32. <https://doi.org/10.32699/jamasy.v4i4.7859>
- Ellisa Febriana Putri, C., & D. I. O. (2025). Analisis persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, dan persepsi risiko terhadap keputusan penggunaan QRIS pada Generasi Z di Surakarta. *Skripsi*.
- Mahanani, A. D., Nauli, D. A., & Sihombing, J. A. (2024). Dampak literasi keuangan dan financial experience Generasi Z terhadap penggunaan paylater di e-commerce. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 2(1B), 1955–1963. <https://doi.org/10.62710/ttp4h731>
- Mariyani, K., & Risanta, M. (2025). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan perilaku pembelian impulsif terhadap penggunaan ShopeePaylater pada Generasi Z di Banjarmasin. *ECo-Fin*, 7(2), 1169–1180. <https://doi.org/10.32877/ef.v7i2.2529>
- Nadiyya, A. W., Suharso, P., & Hartanto, W. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat perilaku untuk menggunakan dompet digital (studi kasus pengguna ShopeePay di wilayah eks Karesidenan Besuki). *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 19(1), 39–49. <https://doi.org/10.21831/jep.v19i1.51659>
- Ningsih, M. C., Woestho, C., & Kurniawan, D. (2023). Pengaruh literasi keuangan, manfaat paylater, dan pendapatan Generasi Z terhadap minat penggunaan paylater di platform Shopee pada Kecamatan Tambun Selatan. *Jurnal Economina*, 2(11), 3218–3231. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i11.967>

- Nuri Fityani. (2024). *The influence of ease of use, security, delayed payments towards impulsive buying of ShopeePaylater users (Study on Generation Z Yogyakarta)* [Undergraduate thesis]. Universitas Islam Indonesia. <https://dspace.uii.ac.id/bitstream/handle/123456789/51396/20423089.pdf>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2020). *Mengenal Otoritas Jasa Keuangan dan industri jasa keuangan*. OJK.
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127–135. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/11294>
- Ramadany, C., & Artadita, S. (2022). Pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi manfaat penggunaan ShopeePaylater terhadap perilaku pembelian impulsif pada Generasi Z di Indonesia. *YUME: Journal of Management*, 6(1), 606–614.
- Safitri Yulianti Dewi, & R. (2025). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup hedonis terhadap intensitas penggunaan ShopeePaylater pada mahasiswa penerima KIP-K di International Women University (IWU) Kota Bandung. *Jurnal*, 3(2), 1–12.
- Salsabila, I. A. (2021). Pengaruh iklan media sosial, persepsi kemudahan penggunaan, dan pendapatan terhadap keputusan menggunakan ShopeePaylater pada Generasi Z di Banyumas. *Skripsi*.
- Sari, S. R. P., & Yatun, R. F. (2022). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan persepsi kepercayaan terhadap minat menggunakan GoPaylater pada aplikasi Gojek. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(6), 114–122. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i06.501>
- Sepcaesy Maharani Putri. (2024). Pengaruh persepsi kemudahan, keamanan, manfaat, dan risiko terhadap minat penggunaan e-money (studi kasus pada mahasiswa STIE Surakarta). *Skripsi*.
- Sitepu, G. A., & Fadila, A. (2024). Analisis pemanfaatan layanan paylater di era keuangan digital oleh Generasi Z. *Journal of Young Entrepreneurs*, 3(1), 57–70. <https://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/jye>
- Stifani, R. V. (2023). Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku penggunaan paylater (studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 11(3), 313–324. <https://doi.org/10.26740/jptn.v11n3.p313-324>
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif* (4th ed.). Alfabeta.

- Udin, Y. R., & Puspitaningrum, D. (2025). Bankruptcy prediction of e-commerce companies on IDX using Altman Z-Score, Springate, and Zmijewski. *Brilliant International Journal of Management and Tourism*, 5(3), 1–12.
- Zahroh, A., Septiana, A., & Arief, R. Z. (2023). Pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan manfaat terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pinjaman online SPaylater pada mahasiswa di Kabupaten Bangkalan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 15(1), 55–62. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v15i1.63061>