

PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP PENGUNAAN PAYLATER DENGAN VARIABEL GAYA HIDUP SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Dewi Prasetyan Drajati^{1*}, G.M. Djoko Hanantijo²

¹Mahasiswa Pascasarjana Prodi Magister Manajemen Perbanas Institute Jakarta

²Dosen Pascasarjana Prodi Magister Manajemen Perbanas Institute Jakarta

*Korespondensi : dewi.prasetyan72@perbanas.id

Diterima: 27 06 2025

Disetujui: 12 07 2025

Diterbitkan: 30 07 2025

Abstract

Covid – 19 diseases followed by outdoor activity restriction forced people to change their way of life for example when they wanted to buy anything. E-commerce became very useful to provide any commodities with competitive prices during pandemic Covid- 19. E-commerce provided several ways to do payment such as bank transfer, credit card, e-wallet, cash on delivery, and paylater. Paylater was one of the most favorite used features because buyer could get the product and paid for it later. Paylater had increased transaction up to 91% in e- commerce. Paylater usage had to be controlled because there would be huge risk like big amount of debt if buyer didn't pay the installments. Financial literacy and lifestyle were considered to be factors that could controlled the paylater feature usage. Inside this research there would be 384 respondents who work as employee at private companies at Jakarta. Based on the data calculation by using SmartPLS, financial literacy and lifestyle positively significant to influence paylater feature usage.

Keywords: *financial literacy, lifestyle, and paylater feature usage.*

1. PENDAHULUAN

Penyebaran wabah Covid- 19 yang begitu *massive* menghambat kegiatan ekonomi yang perlahan berubah menjadi secara *online*. Hal ini terlihat pada kemunculan *e-commerce* dikarenakan sepi toko akibat sistem *lockdown* (Nurlena, 2021). Penelitian yang dilakukan oleh (Irawati R. &, 2021) menjelaskan bahwa transaksi selama pandemi melonjak hingga 91%. Metode pembayaran *paylater* mulai diperkenalkan sejak tahun 2018 oleh sejumlah *e-commerce* seperti Traveloka, Gojek, dan Shopee (Sari R. , 2021). Penggunaan fitur *paylater* harus dikontrol oleh literasi keuangan yang baik. Penggunaan *paylater* tanpa diiringi literasi keuangan yang baik berimbas pada minat belanja impulsif (Dwiwansi, 2023).

Perkembangan teknologi internet berpengaruh terhadap gaya hidup masyarakat khususnya di kalangan mahasiswa. Hal ini terlihat dari perubahan gaya berbelanja yang cenderung menggunakan *e-commerce* (Saputra, 2023). Kebutuhan akan eksistensi dalam pergaulan memicu mahasiswa cenderung dengan hutang (Pratiwi, 2023). Penelitian yang dilakukan oleh (Silvialorensa, 2024) menjelaskan bahwa fitur *paylater* menjadikan generasi Z sebagai target pasar dikarenakan kecenderungan belanja yang hanya berdasarkan tren. Di sisi lain literasi keuangan juga dianggap berpengaruh terhadap gaya hidup. Hal ini dibuktikan pada penelitian yang dilakukan oleh (Afriyani, 2023) yang menjelaskan literasi keuangan yang dimiliki oleh mahasiswa universitas Binawan dapat mengendalikan keinginan untuk berbelanja secara impulsif. Penelitian yang dilakukan oleh (Melly, 2022) juga membuktikan bahwa literasi keuangan dapat mengendalikan gaya hidup hedonisme dan konsumtif di kalangan siswa santri / santriwati Pondok Pesantren Darussalam Martapura.

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh para ahli sebelumnya, maka penelitian ini akan mengkaji pengaruh literasi keuangan terhadap penggunaan fitur *paylater* dengan variabel gaya hidup sebagai variabel mediasi.

Penelitian dilakukan kepada sejumlah responden yang bekerja sebagai karyawan di perusahaan swasta. Hal ini dirasa perlu dikarenakan karyawan membutuhkan motivasi untuk menjadi lebih produktif dalam bekerja (Giyati, 2019). Penelitian terkait literasi keuangan juga dapat membantu generasi muda untuk membuat perencanaan keuangan yang baik dan tidak terjebak dalam ketidakpastian situasi global (Nugrahanti, 2024).

2. KERANGKA TEORETIS

2.1. Penggunaan Fitur *Paylater*

Layanan *paylater* merupakan aplikasi yang dapat diunduh ke *smartphone* pengguna dengan fungsi seperti kartu kredit namun dengan kemudahan penggunaan. Aplikasi *paylater* memungkinkan pengguna untuk bisa membeli barang dan membayarnya di lain waktu (Prastiwi, 2021). Untuk membuat sebuah akun *paylater* syaratnya cukup mudah dan tidak memerlukan survei yang rumit seperti kartu kredit. Hal inilah yang mengakibatkan *paylater* dapat diakses termasuk kalangan mahasiswa (Sitepu, 2024). Layanan *paylater* memberikan kemudahan akses cicilan kredit tanpa memerlukan proses yang rumit. Penggunaan fitur *paylater* dapat berimbas pada perilaku belanja impulsif di kalangan konsumen (Hilmi, 2021).

2.2. Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan pemahaman terkait produk keuangan seperti seperti produk perbankan, produk investasi, dan produk lain seperti *e-wallet*, pembiayaan, dan pegadaian. Literasi keuangan sangat berpengaruh terhadap pengambilan keputusan individu saat akan melakukan transaksi keuangan (Choerudin, 2023). Berikut merupakan sejumlah aspek literasi keuangan menurut (Arianti, 2022):

- a. Pengetahuan keuangan dasar yang mencakup investasi dan pembiayaan yang mempengaruhi perilaku keuangan individu.
- b. Simpanan dan pinjaman yang

mengindikasikan perilaku individu untuk mengalokasikan sisa pendapatannya dalam bentuk tabungan.

- c. Proteksi berupa *insurance* yang memproteksi properti, pendidikan, kesehatan, dan jiwanya. Hal ini bertujuan untuk melindungi secara finansial ketika seseorang mengalami kecelakaan, kehilangan, atau kerusakan harta benda.
- d. Investasi dengan cara mengalokasikan dana atau asset yang dimiliki untuk mendapatkan profit di waktu yang sudah ditentukan.

Literasi keuangan juga memiliki empat tingkatan menurut (No, 2018):

- a. *Well literate* saat seseorang memahami keberadaan lembaga keuangan, produk, serta jasa keuangan. Seseorang juga memiliki keterampilan dan mengelola resiko dan manfaat dari produk dan jasa keuangan.
- b. *Sufficient literate* saat seseorang memahami keberadaan lembaga keuangan, produk, serta jasa keuangan serta memahami resiko dan manfaatnya.
- c. *Less literate* saat seseorang memahami keberadaan lembaga keuangan, produk, serta jasa keuangan.
- d. *Not literate* saat seseorang tidak memahami keberadaan lembaga keuangan, produk, jasa keuangan, serta resiko dan manfaatnya.

2.3. Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan kecenderungan seseorang terkait aktivitas, minat yang dimiliki, dan cara berpendapat. Hal ini turut dipengaruhi oleh kondisi sosial. Gaya hidup juga dapat mempengaruhi motivasi seseorang dalam berbelanja (Risnawati, 2015). Menurut (Salim, 2017) gaya hidup dipengaruhi oleh sejumlah faktor internal sebagai berikut:

- a. Sikap seseorang merespons kejadian yang terjadi di sekitarnya yang berkaitan dengan kondisi sosial.
- b. Pengalaman hidup seseorang yang mempengaruhi sudut pandang terhadap

kehidupan.

- c. Kepribadian seseorang yang memperlihatkan pola perilaku konsumsi.
- d. Persepsi seseorang terhadap dirinya.
- e. Motivasi untuk mendapatkan eksistensi dalam pergaulan.
- f. Persepsi terhadap fenomena sosial yang menggiring seseorang sebagai target pasar yang cocok untuk produk atau layanan yang ditawarkan.

2.4. Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Sumber: Olah Data

Gambar 1 menunjukkan kerangka pemikiran yang menghubungkan variabel literasi keuangan (X), gaya hidup (Z), dan penggunaan fitur *paylater* (Y). Terdapat empat buah relasi yang terjadi yaitu:

- a. H₁ yang menunjukkan pengaruh variabel X terhadap variabel Y.
- b. H₂ yang menunjukkan pengaruh variabel X terhadap variabel Z.
- c. H₃ yang menunjukkan pengaruh variabel Z terhadap variabel Y.
- d. H₄ yang menunjukkan pengaruh variabel X terhadap variabel Y yang dimediasi oleh variabel Z.

2.5. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran yang ditunjukkan pada Gambar.1 maka terdapat beberapa hipotesis penelitian yang dihasilkan sebagai berikut:

- a. H₁: Variabel X berpengaruh positif signifikan terhadap variabel Y.
- b. H₂: Variabel X berpengaruh positif signifikan terhadap variabel Z.

- c. H₃: Variabel Z berpengaruh positif signifikan terhadap variabel Y.
- d. H₄: Variabel Z berpengaruh positif signifikan memediasi pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

3. METODE

3.1. Desain Analisis

Penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dengan objektif menguji relasi antar variabel. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner dengan opsi jawaban berupa skala 1 sampai 7 atau skala *likert*.

3.2. Unit Analisis

Unit analisis penelitian ini adalah karyawan yang bekerja di perusahaan swasta dan berdomisili di Jakarta. Jumlah populasi tidak diketahui secara pasti.

3.3. Metode Sampling

Proses pengambilan sampel data menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik ini dinilai efektif untuk memilih responden yang bisa menghasilkan informasi yang tepat (Campbell, 2020).

3.4. Menetapkan Jumlah Sampel

Jumlah data sampel yang diambil didasarkan pada rumus *Cochran*. Rumus ini digunakan untuk menentukan jumlah sampel dari jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti. Menurut (Rahayu) berikut rumus perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus *Cochran*: Sehingga bila dihitung, maka ukuran sampel yang digunakan adalah sebanyak 384 responden.

3.5. Pengolahan dan Analisis Data

Pengolahan dan analisis data dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modelling* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS).

3.6. Pengujian Hipotesis Penelitian

Cara untuk menguji hipotesis penelitian dilakukan dengan menggunakan Uji Signifikansi dan Pengaruh Antar Variabel. Patokan nilai yang

digunakan untuk menguji signifikansi variabel adalah nilai *original sampel* (O), *T-statistic*, dan *p-value*. Nilai O yang positif mengindikasikan pengaruh positif antar variabel sedangkan nilai *T-statistic* dan *p-value* mengindikasikan signifikansi pengaruh antara variabel. Selain pengujian signifikansi variabel, dilakukan sejumlah uji validitas konvergen dan uji reliabilitas konstruk. Uji validitas konvergen dilakukan dengan menguji nilai *outer loading* dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE). Uji reliabilitas konstruk dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara nilai *Composite Reliability* yang dibandingkan dengan nilai koefisien *Cronbach's Alpha*. Selain itu dilakukan uji *Adjusted R-Square* (*R*²) untuk menguji relasi antara variabel endogen.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

$$n_0 = \frac{z^2 pq}{e^2} \quad (1)$$

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan *SmartPLS* maka didapatkan hasil

Keterangan:

n_0 = jumlah data sampel

z^2 = tingkat kepercayaan

p = proporsi populasi

$q = (1-p)$

e^2 = margin error

Nilai z yang digunakan dalam penelitian ini adalah 1,96 dengan asumsi toleransi maksimal kesalahan adalah 5% (Thompson, 2012). Nilai p yang lazim digunakan adalah 0,5 dengan nilai e sebesar 0,05 yang mana nilai ini biasa digunakan pada penelitian sosial (Naing, 2006). sebagai berikut:

a. Uji Validitas Konvergen

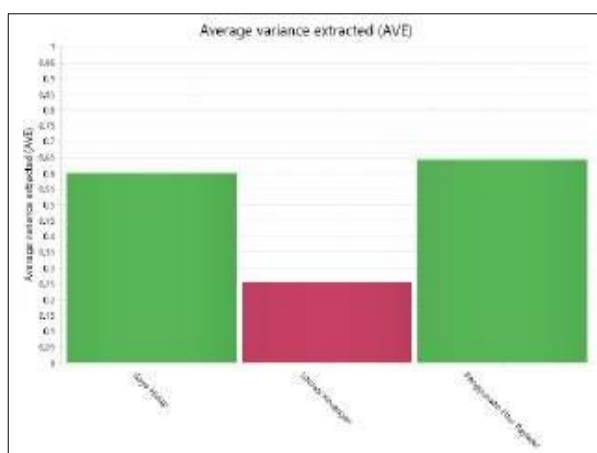
1) Uji *Outer Loading*

Menurut Chin (1998) dalam (Yoraeni, 2019) nilai indikator > 0,5 menunjukkan bahwa indikator layak untuk dipertahankan pada

model penelitian. Hasil pengolahan data yang dilakukan maka didapatkan hasil bahwa terdapat beberapa indikator pada variabel literasi keuangan dan literasi keuangan dengan nilai $< 0,5$ yang perlu dikaji ulang.

2) Nilai *Average Variance Extracted* (AVE)

Menurut (Fornell, 1981) nilai AVE $< 0,5$ mengindikasikan invaliditas indikator pada konstruk penelitian. Berdasarkan hasil pengolahan data maka didapatkan hasil bahwa variabel literasi keuangan memiliki nilai AVE $< 0,5$ dan mengindikasikan bahwa terdapat sejumlah indikator yang harus dikaji ulang penggunaannya pada konstruk penelitian. Berikut merupakan grafik perolehan nilai AVE:

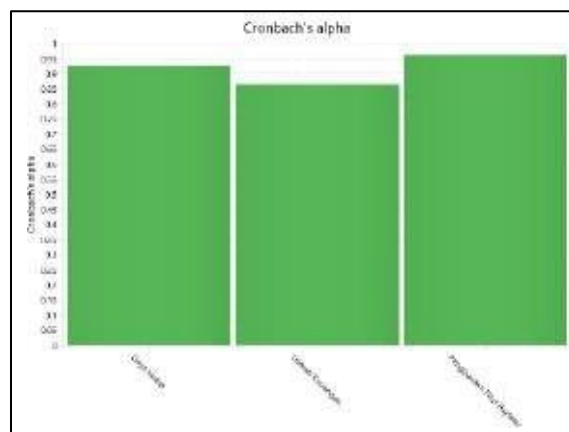


Gambar 2. Nilai AVE

Sumber: Hasil Pengolahan *SmartPLS* v. 4.1.1.2

b. Uji Reliabilitas Konstruk

Pengujian reliabilitas konstruk pada penelitian ini menggunakan nilai koefisien *Cronbach's alpha* dengan patokan nilai $\alpha > 0,7$. Menurut (de Almeida, 2016) nilai $\alpha > 0,7$ mengindikasikan reliabilitas variabel dapat diterima. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan *SmartPLS* didapatkan hasil bahwa variabel literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan fitur *paylater* memiliki nilai $\alpha > 0,7$. Hal ini mengindikasikan reliabilitas internal atau tingkat konsistensi variabel ini dapat diterima pada model penelitian sebagai berikut:

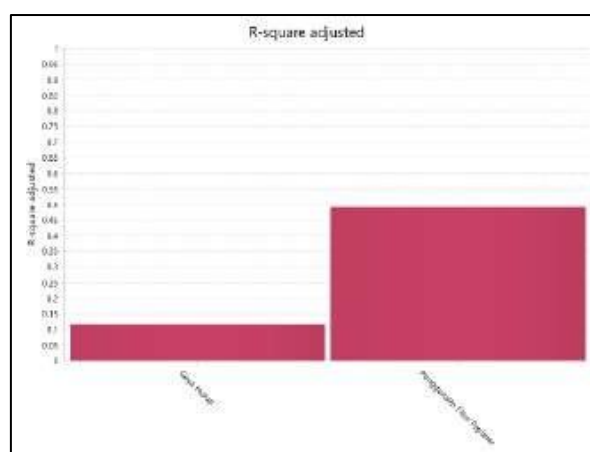


Gambar 3. Nilai *Cronbach's alpha*

Sumber: Hasil Pengolahan *SmartPLS* v. 4.1.1.2

c. Uji *Adjusted R-Square* (R^2)

Nilai *adjusted R²* menjelaskan kemampuan model penelitian dalam menjelaskan variabel endogen. Menurut (Hidayat, 2022) nilai *adjusted R²* menjelaskan bahwa model data penelitian dapat menjelaskan variabel endogen dengan baik. Hasil pengolahan data dengan *SmartPLS* menjelaskan bahwa variabel penggunaan fitur *paylater* kurang dapat dijelaskan oleh variabel literasi keuangan dan gaya hidup. Hal ini juga berlaku untuk variabel gaya hidup yang kurang bisa dijelaskan oleh variabel literasi keuangan seperti yang ditunjukkan pada grafik berikut ini:



Gambar 4. Nilai *Adjusted R-Square* (R^2)

Sumber: Hasil Pengolahan *SmartPLS* v. 4.1.1.2

d. Uji Signifikansi dan Pengaruh Antar Variabel

Uji signifikansi variabel dilakukan menggunakan teknik *bootstrapping*. Hasil uji

signifikansi yang dilakukan maka didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Signifikansi Antar Variabel (Relasi Langsung)

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Gaya Hidup → Penggunaan Fitur Paylater	0.304	0.314	0.044	6.872	0
Literasi Keuangan → Gaya Hidup	0.345	0.346	0.09	3.85	0
Literasi Keuangan → Penggunaan Fitur Paylater	0.537	0.536	0.079	6.807	0

Sumber: Hasil Pengujian SmartPLS v. 4.1.1.2

Pengujian tingkat signifikansi antar variabel dilakukan dengan menggunakan *T-Statistic*, *p-values*, dan *original sample* (O). Penelitian yang dilakukan oleh (Purwanto, 2021) menjelaskan bahwa jika nilai *T-Statistic* > 1,96 maka relasi antara variabel penelitian signifikan. Nilai *p-value* < 0,05 menunjukkan bahwa relasi antar variabel signifikan. Tabel 1.3 menampilkan hasil uji signifikansi yang menyatakan variabel literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan dilihat dari nilai Original Sample (O) yang positif, nilai *T-Statistic* > 1,96, dan nilai *p-values* < 0,05. Tabel ini juga menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel gaya hidup dilihat dari nilai Original Sample (O) yang positif, nilai *T-Statistic* > 1,96, dan nilai *p-values* < 0,05. Variabel gaya hidup juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan fitur *paylater*. Hal ini juga dilihat dari nilai Original Sample (O) yang positif, nilai *T-Statistic* > 1,96, dan nilai *p-values* < 0,05. Tabel 1.4 menunjukkan variabel gaya hidup yang memediasi hubungan antara variabel literasi keuangan terhadap variabel penggunaan fitur *paylater*. Variabel literasi keuangan yang dimediasi oleh variabel gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap variabel penggunaan fitur *paylater*. Hal ini juga dilihat dari nilai Original Sample (O) yang positif, nilai *T-Statistic* > 1,96, dan nilai *p-values* < 0,05.

Pada relasi tidak langsung antara literasi

keuangan terhadap penggunaan fitur *paylater* yang dimediasi oleh variabel gaya hidup menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan fitur *paylater* dengan *T-Statistic* > 1,96, *p-values* < 0,05, dan nilai Original Sample (O) positif. Hasil perhitungan relasi tidak langsung antara variabel literasi keuangan terhadap penggunaan fitur *paylater* adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Signifikansi Antar Variabel (Relasi Tidak Langsung)

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Literasi Keuangan → Gaya Hidup → Penggunaan Fitur Paylater	0.105	0.109	0.036	2.943	0.003

Sumber: Hasil Pengujian SmartPLS v. 4.1.1.2

5. SIMPULAN DAN SARAN

Hasil pengolahan data yang berupa kuesioner pertanyaan yang berkaitan dengan variabel literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan fitur *paylater* menghasilkan sejumlah kesimpulan sebagai berikut:

- Dilihat dari nilai *outer loading* yang didapatkan, terdapat sejumlah indikator seperti variabel literasi keuangan variabel gaya hidup dengan nilai *outer loading* < 0,5 dan perlu dikaji ulang penggunaannya pada model penelitian.
- Dilihat dari nilai *Average Variance Extracted* (AVE), maka didapatkan hasil bahwa nilai AVE variabel literasi keuangan < 0,5 yang artinya terdapat sejumlah indikator pada variabel ini yang perlu dikaji ulang penggunaannya pada model penelitian ini.
- Dilihat dari nilai *Cronbach's alpha* didapatkan hasil bahwa variabel literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan fitur *paylater* memiliki nilai > 0,7. Hal ini mengindikasikan bahwa ketiga variabel ini cukup reliabel dan tingkat konsistensi ketiganya dalam model penelitian ini dapat diterima.

- d. Dilihat dari nilai *adjusted R²* pada variabel gaya hidup dan penggunaan fitur *paylater* < 0,5. Hal ini berarti variabel gaya hidup tidak terlalu bisa dijelaskan oleh variabel literasi keuangan. Hal yang sama juga terjadi pada variabel penggunaan fitur *paylater* yang mana variabel ini tidak terlalu bisa dijelaskan oleh variabel gaya hidup.
- e. Berdasarkan hasil uji signifikansi variabel, maka didapatkan hasil bahwa variabel literasi keuangan dan variabel gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap variabel penggunaan fitur *paylater*. Variabel literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap variabel penggunaan fitur *paylater*. Variabel literasi keuangan yang dimediasi oleh variabel gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap variabel penggunaan fitur *paylater*.

REFERENSI

- Afriyani & Sahamony, N. F.S.,. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Gaya Hidup Hedonisme. *Jurnal Manajemen & Bisnis Digital*, 89-102.
- Arianti B.F. (2022). Literasi keuangan (Teori Dan Implementasinya).
- Campbell Greenwood, M., Prior, S., Shearer, T., Walkem, K., Young, S., ...& Walker, K.S.,. (2020). Purposive sampling: complex or simple? Research Case Examples. *Journal of research in Nursing*, 652-661.
- Choerudin Widyaswati, R., Warpindyastuti, L.D., Khasanah, J. S. N., Harto, B., Oktaviani, N.F., & Paramita, V.S.A.,. (2023). Literasi Keuangan. PT Global Eksekutif Teknologi.
- Ade Almeida& de Lima Resende, T.S.T.,. (2016). Validity, reliability and convergent analysis of brazilian version of Selection, Optimization and Compensation Questionnaire (QSOC). *Creative Education*.
- Dwiwansi Purnamasari, E. D., & Lazuardi, S.P.,. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Financial Experience Generasi Milenial Terhadap Penggunaan Paylater Pada E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 48-58.
- Fornell & Larcker, D.F.C.,. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of marketing research*, 39- 50.
- Giyati & Hanantijo, D.G.,. (2019). Pengaruh Motivasi, Budaya Organisasi, dan Kompensasi terhadap Kinerja Karyawan Produksi Bagian Pemintalan di PT. Sari Warna Asli Textile Industry Boyolali. *Ragam Penelitian Mesin*, 7-14.
- Hidayat T. (2022). Pengaruh Pelatihan, Kompensasi Dan Ketepatan Waktu Terhadap Kinerja Driver Go-Jek Medan Polonia.
- Hilmi& Pratika, Y.L.D.,. (2021). Paylater Feature: Impulsive Buying Driver For E-commerce In Indonesia. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBA)*.
- Irawati & Prasetyo, I.B.R.,. (2021). Pemanfaatan Platform E- commerce Melalui Marketplace Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Dan Mempertahankan Bisnis Di Masa Pandemi (Studi Pada UMKM Makanan Dan Minuman Di Malang). *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 114-133.
- Melly & Maulana, R.A.V.,. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Gaya Hidup Dan Perilaku Konsumtif Santri/Santriwati Pondok Pesantren Darussalam Martapura: The Effect of Financial Literacy On Lifestyle And Consumptive Behavior Of Santri/Santriwati Islamic Boarding School Darussalam M. *PROSPEK*, 185-193.
- Naing Winn, T.B.N.R., & Rusli, B.N.L.,. (2006). Practical Issues in Calculating the Sample Size for Prevalence Studies. *Archives of orofacial Sciences*, 9-14.
- NoK. V.V. (2018). Analisis Literasi Keuangan Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi Volume VIII No.*

- Nugrahanti Mutumanikam, P.R., Lanjarsih, L., & Hanantijo, D.T.P.,. (2024). Pelatihan Investasi Cerdas Bagi Generasi Muda Dalam Menghadapi Tantangan Ekonomi Masa Depan. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 12097-12103.
- Nurlena N. (2021). E- Commerce Solusi di Tengah Pandemi COVID- 19. *Jurnal Simki Economic*, 47-56.
- Prastiwi & Fitria, T.N.I.E.,. (2021). Konsep Paylater Online Shopping Dalam Pandangan Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 425-432.
- Pratiwi M., & Ni'am, Z. B.D. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Penggunaan Shopee Paylater terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa. *Economics and Digital Business Review*, 352-363.
- Purwanto Asbari, M., & Santoso, T.I.A.. (2021). Analisis Data Penelitian Sosial dan Manajemen: Perbandingan Hasil antara Amos, SmartPLS, WarpPLS, dan SPSS Untuk Jumlah Sampel Medium. *International Journal of Social and Management Studies*, 43-53.
- Rahayu F. (无日期). Analisa Layanan Konsumen dan Pemberian Kredit Kendaraan Roda Dua Terhadap Keputusan Pembelian pada PT Tunas Dwipa Matra (Tdm). *Jurnal Manajemen*.
- Risnawati & Hasbi, I.L.,. (2015). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Revlon. *Management*, 731.
- Salim A. (2017). Pengaruh Gaya Hidup Dan Motivasi Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Pada Starbucks Coffee. *Jurnal Manajemen*.
- Saputra R. J., & Sudarwanto, T.,V. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Paylater Masyarakat Kota Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 165-173.
- SariR.,. (2021). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-commerce Di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 44-57.
- SilvialorensaD., Hartono, H., & Dwihandoko, T.H.D. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Penggunaan SPaylater Pada Generasi Z Di Kecamatan Magersari Kota Mojokerto. *Ebisnis Manajemen*, 51-66.
- Sitepu & Fadila, A.G.A.,. (2024). Analisis Pemanfaatan Layanan Paylater Di Era Keuangan Digital Oleh Generasi Z. *Journal of Young Entrepreneurs*.
- Thompson S.K. (2012). *Sampling*. John Wiley & Sons.
- Yoraeni & Arfian, A.A.,. (2019). Analisis Faktor Siswa Menggunakan M-Learning Dengan Metode Structural Partial Least Square. *Inti Nusa Mandiri*, 93-98.