



## Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Motivasi Keuangan, dan Uang Saku Terhadap Penggunaan *Buy Now Pay Later* Pada Mahasiswa Generasi Z di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Adella Rizqa Cahyana<sup>1</sup>, Istiono<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
[dellacahya63@gmail.com](mailto:dellacahya63@gmail.com)<sup>1</sup>, [istionomba@untag-sby.ac.id](mailto:istionomba@untag-sby.ac.id)<sup>2</sup>

### Abstrak

Perkembangan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) di kalangan mahasiswa menunjukkan peningkatan yang signifikan seiring dengan semakin mudahnya akses terhadap layanan keuangan digital serta meningkatnya kebutuhan konsumsi generasi muda. Kemudahan transaksi, fleksibilitas pembayaran, dan promosi yang menarik menjadikan BNPL sebagai salah satu alternatif pemberian yang banyak digunakan oleh mahasiswa. Namun, penggunaan layanan ini juga memerlukan pemahaman dan pengelolaan keuangan yang baik agar tidak menimbulkan permasalahan keuangan di masa mendatang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh Literasi Keuangan Digital, Motivasi Keuangan, dan Uang Saku secara simultan maupun parsial terhadap Penggunaan Layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) pada Mahasiswa Generasi Z di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 105 responden. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS, serta melalui uji asumsi klasik yang meliputi Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, dan Uji Heteroskedastisitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Literasi Keuangan Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL). Motivasi Keuangan juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *Buy Now Pay Later* (BNPL). Sementara itu, Uang Saku memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap penggunaan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL). Secara simultan, ketiga variabel independen tersebut berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) pada mahasiswa Generasi Z di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

**Kata kunci:** Literasi Keuangan Digital, Motivasi Keuangan, Uang Saku, *Buy Now Pay Later*, BNPL.

### 1. Latar Belakang

Salah satu inovasi fintech yang semakin populer adalah *Buy Now Pay Later* (BNPL), yaitu metode pembayaran yang memberikan kesempatan kepada konsumen untuk memperoleh produk lebih dahulu dan membayarnya di kemudian hari dengan cara mencicil sesuai periode yang disetujui (Zebua et al., 2025). *Buy Now Pay Later* (BNPL) semakin populer di Indonesia, terutama di kalangan generasi muda yang cepat beradaptasi dengan fintech. Promosi seperti diskon dan kemudahan transaksi membuat layanan ini banyak digunakan, sehingga mendorong pergeseran dari pembayaran tunai ke digital. Data OJK (2025) mencatat 17,30 juta rekening pengguna BNPL per Mei 2025, dengan total pinjaman paylater bank mencapai Rp22,78 triliun (Katadata, 2025). Mayoritas pengguna berasal dari Gen Z, yakni 26,5% berusia 18–25 tahun (Kredivo & Katadata Insight Center). Namun, tingginya penggunaan ini juga disertai risiko. Laporan Bisnis.com (2023) menunjukkan kredit macet fintech banyak terjadi pada Gen Z dan milenial akibat gaya hidup konsumtif dan rendahnya literasi keuangan. Pakar IPB University (2025) juga memperingatkan bahwa tren gagal bayar BNPL dapat berdampak jangka panjang secara finansial maupun psikologis.

Meningkatnya gagal bayar di kalangan generasi muda menunjukkan bahwa penggunaan layanan keuangan digital seperti *Buy Now Pay Later* (BNPL) tidak hanya dipengaruhi oleh kemudahan akses, tetapi juga kemampuan individu dalam mengelola keuangan. BNPL menawarkan fleksibilitas, namun berpotensi mendorong perilaku belanja berlebihan tanpa perencanaan yang baik. Dalam konteks ini, literasi keuangan termasuk literasi keuangan digital menjadi faktor penting untuk memastikan penggunaan BNPL sesuai kebutuhan dan kemampuan finansial.

OJK (2024) mendefinisikan literasi keuangan sebagai pemahaman yang mencakup pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan untuk mendukung pengambilan keputusan keuangan yang sehat. Seiring perkembangan teknologi, literasi ini meluas pada kemampuan memahami dan memanfaatkan layanan keuangan digital secara bijak. Penelitian Nisha (2023) menunjukkan bahwa mahasiswa dengan literasi keuangan rendah cenderung menggunakan BNPL secara berlebihan karena tidak memahami risiko, bunga, dan tenor, sementara mahasiswa dengan literasi keuangan tinggi lebih mampu mempertimbangkan manfaat serta risiko sehingga lebih bijaksana dalam menggunakannya, bahkan sebagian memilih untuk tidak memakai BNPL sama sekali.

Motivasi merupakan dorongan internal maupun eksternal yang memengaruhi seseorang dalam mengambil tindakan untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks *Buy Now Pay Later* (BNPL), motivasi keuangan terkait dengan kebutuhan fleksibilitas, kemudahan transaksi, serta berbagai promosi yang ditawarkan penyedia layanan. Adiprasetyo & Surjandy (2024) menjelaskan bahwa mahasiswa terdorong menggunakan BNPL karena akses yang mudah, manfaat finansial jangka pendek, dan pengaruh sosial. Penelitian Universitas Airlangga (2023) juga menunjukkan bahwa penggunaan BNPL dipengaruhi oleh faktor kemudahan, manfaat, keamanan, lingkungan, dan perilaku impulsif. Selain itu, Hadi & Diana Putri (2024) menemukan bahwa motivasi hedonis dapat memediasi hubungan antara sikap keuangan dengan minat penggunaan BNPL, namun tidak pada literasi keuangan, sehingga motivasi keuangan dapat berdampak positif maupun negatif tergantung faktor pendorongnya.

Uang saku berperan penting dalam membentuk kebiasaan finansial mahasiswa karena memengaruhi pola konsumsi dan keputusan mereka dalam menggunakan layanan keuangan digital seperti *Buy Now Pay Later* (BNPL). Mahasiswa dengan uang saku lebih besar cenderung lebih mampu mengatur pengeluaran, sedangkan mereka yang berpenghasilan terbatas lebih rentan menggunakan BNPL sebagai alternatif pembiayaan saat kebutuhan tidak terpenuhi (Rikayanti & Listiadi, 2020). Penelitian mengenai BNPL di Indonesia masih terbatas pada masyarakat umum dan jarang menyoroti mahasiswa Generasi Z, padahal kelompok ini sangat adaptif terhadap teknologi namun rentan secara finansial.

Minimnya studi yang menguji pengaruh literasi keuangan digital, motivasi keuangan, dan uang saku secara simultan juga menunjukkan adanya celah penelitian. Di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, penggunaan BNPL seperti *Shopee PayLater* dan *GoPayLater* mulai marak, menjadikan mahasiswa kampus ini relevan sebagai objek penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh Literasi Keuangan Digital, Motivasi Keuangan, dan Uang Saku secara simultan maupun parsial terhadap Penggunaan Layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) pada Mahasiswa Generasi Z di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

### ***Buy Now Pay Later***

*Buy Now Pay Later* (BNPL) merupakan inovasi layanan keuangan digital yang memungkinkan konsumen memperoleh barang atau jasa secara langsung dengan opsi pembayaran di kemudian hari melalui cicilan tanpa kartu kredit (Zebua et al., 2025). Layanan ini semakin populer karena menawarkan kemudahan, fleksibilitas, dan aksesibilitas tinggi, terutama bagi generasi muda yang adaptif terhadap perkembangan teknologi finansial. Selain mempermudah transaksi, BNPL juga membentuk perilaku konsumsi baru yang lebih praktis dan cepat sehingga mendukung percepatan digitalisasi ekonomi. Dalam konteks pengukuran penggunaan BNPL, Rahima dan Cahyadi (2022) mengemukakan beberapa indikator berikut:

1. Lama penggunaan, yaitu durasi konsumen telah memanfaatkan layanan BNPL.
2. Intensitas penggunaan, yaitu frekuensi penggunaan BNPL dalam transaksi.
3. Durasi penggunaan per transaksi, yakni lamanya waktu transaksi dalam setiap penggunaan BNPL.
4. Kemudahan pengoperasian, yaitu sejauh mana fitur BNPL mudah dipahami dan digunakan.
5. Kepuasan pengguna, yaitu tingkat kepuasan konsumen terhadap manfaat layanan BNPL.
6. Desain tampilan, yaitu persepsi pengguna terhadap antarmuka BNPL yang mendukung kenyamanan penggunaan.

### **Literasi Keuangan Digital**

Literasi keuangan digital merupakan kemampuan individu untuk memahami, mengakses, dan memanfaatkan layanan keuangan berbasis teknologi digital secara tepat, efisien, dan bijak. Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2022) mendefinisikannya sebagai kombinasi pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan diri yang membentuk sikap dan tindakan individu dalam pengambilan keputusan serta pengelolaan keuangan, khususnya pada layanan keuangan digital. Sahamony (2022) menambahkan bahwa literasi keuangan digital mencakup kemampuan mengelola keuangan pribadi melalui teknologi seperti investasi online, layanan perbankan digital, serta pemahaman mengenai keamanan data dan privasi. Bagi mahasiswa, literasi keuangan digital berperan penting dalam meningkatkan kemampuan mengambil keputusan finansial secara bijak serta mempersiapkan diri

menghadapi tantangan ekonomi di era digital. Menurut Rahayu (2022), literasi keuangan digital dapat diukur melalui empat indikator utama:

1. *Knowledge* (Pengetahuan) – pemahaman terhadap produk dan layanan keuangan digital seperti e-payment, pinjaman online, asuransi digital, dan perlindungan konsumen.
2. *Experience* (Pengalaman) – pengalaman menggunakan berbagai produk dan layanan keuangan digital, termasuk fintech, investasi digital, dan perbankan elektronik.
3. *Skill* (Keahlian) – kemampuan mengelola aktivitas keuangan melalui platform digital, seperti mengontrol transaksi dan menggunakan aplikasi keuangan.
4. *Awareness* (Kesadaran) – kesadaran terhadap manfaat dan risiko layanan keuangan digital, termasuk keamanan data, potensi penipuan, dan tanggung jawab finansial.

### **Motivasi Keuangan**

Motivasi adalah dorongan internal maupun eksternal yang mendorong seseorang mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks finansial, motivasi keuangan berarti dorongan yang memengaruhi seseorang dalam mengatur keuangan, mengambil keputusan finansial, dan menentukan prioritas pengeluaran. Motivasi ini dapat bersifat intrinsik (keinginan mandiri secara finansial, menjaga kestabilan ekonomi) maupun ekstrinsik (incentif, tekanan sosial, tuntutan gaya hidup) (Prihartanta et al., 2015). Menurut Pajar (2017), indikator motivasi meliputi:

1. Motivasi muncul ketika terjadi perubahan dalam energi atau kekuatan dalam diri seseorang.
2. Motivasi ditunjukkan oleh timbulnya emosi yang memengaruhi tindakan seseorang.
3. Motivasi ditunjukkan melalui tindakan-tindakan untuk mencapai suatu tujuan.

### **Uang Saku**

Uang saku adalah dana yang diberikan orang tua kepada mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari selama masa studi (Wahyudi, 2017 dikutip dalam Patandean et al., 2025). Uang saku menjadi sumber pendapatan utama bagi mahasiswa yang belum bekerja sehingga berpengaruh terhadap perilaku keuangan, pola konsumsi, serta keputusan dalam menggunakan layanan keuangan digital seperti *Buy Now Pay Later* (BNPL) (Rikayanti & Listiadi, 2020). Menurut Indrianawati Entika (2018:23) dalam Rozaini & Sitohang (2020), indikator penggunaan uang saku meliputi:

1. Pengetahuan literasi keuangan: Kemampuan mengelola sumber daya keuangan secara tepat.
2. Pemberian dari orang tua: Jumlah uang saku yang diterima dalam periode tertentu untuk dikelola.
3. Pendapatan sendiri: Penghasilan tambahan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan.

## **2. Metode Penelitian**

### **2.1 Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menguji pengaruh antarvariabel. Penelitian kuantitatif bersifat sistematis dan terstruktur dari tahap perencanaan hingga penyusunan laporan (Irfan Syahroni et al., 2022). Variabel bebas dalam penelitian ini meliputi literasi keuangan digital (X1), motivasi keuangan (X2), dan uang saku (X3), sedangkan variabel terikatnya adalah penggunaan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) (Y). Data dikumpulkan melalui kuesioner online menggunakan Google Form dengan skala Likert lima poin dan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda menggunakan SPSS versi 23.0.

### **2.2 Populasi dan Sampel**

#### **2.2.1 Populasi**

Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu untuk diteliti dan ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2023). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Generasi Z berusia 18–28 tahun di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya angkatan 2022–2025 Tahun Akademik 2025/2026 yang menggunakan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL)

**Tabel 1** Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Angkatan 2022-2025

<b>Angkatan</b>	<b>Jumlah Mahasiswa</b>
2022	2842
2023	2331
2024	2079
2025	2368
<b>Total</b>	<b>9620</b>

*Sumber: Data Biro Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*

### 2.2.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki karakteristik tertentu dan dianggap mampu mewakili populasi secara keseluruhan (Sugiyono, 2023). Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, yaitu penentuan sampel berdasarkan kriteria yang sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria responden meliputi mahasiswa aktif angkatan 2022–2025 Tahun Akademik 2025/2026 di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, termasuk Generasi Z, serta pernah menggunakan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL).

Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{9.620}{1 + 9.620 (0,10)^2}$$

$$n = \frac{9.620}{97,2}$$

$$n = 98,97119 \text{ (dibulatkan menjadi 99)}$$

### 2.3 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan kuesioner online yang disebarluaskan melalui Google Form sebagai alat pengumpulan data. Kuesioner dinilai efektif dalam penelitian kuantitatif karena mampu mengumpulkan data secara cepat, mudah, dan efisien dalam jumlah besar (Pujiastuti, 2010). Penggunaan kuesioner online bertujuan untuk mempermudah distribusi serta menjangkau responden secara luas. Kuesioner ditujukan kepada mahasiswa Generasi Z angkatan 2022–2025 Tahun Akademik 2025/2026 di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang menggunakan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL). Instrumen penelitian disusun menggunakan skala Likert lima poin, dengan rentang skor 1 sampai 5.

### 2.4 Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi dan dapat ditarik kesimpulan (Widodo et al., 2023). Penelitian ini menggunakan variabel independen yang terdiri dari literasi keuangan digital (X1), motivasi keuangan (X2), dan uang saku (X3), serta variabel dependen yaitu penggunaan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) (Y). Literasi keuangan digital diartikan sebagai kemampuan mahasiswa dalam memahami dan memanfaatkan layanan keuangan berbasis teknologi secara bijak, motivasi keuangan merupakan dorongan internal maupun eksternal dalam pengambilan keputusan finansial, sedangkan uang saku adalah dana yang diterima mahasiswa dari orang tua, beasiswa, atau pekerjaan sampingan yang memengaruhi pola konsumsi. *Buy Now Pay Later* (BNPL) merupakan layanan keuangan digital yang memungkinkan konsumen memperoleh barang atau jasa terlebih dahulu dengan pembayaran di kemudian hari. Seluruh variabel dalam penelitian ini dioperasionalkan ke dalam indikator yang dapat diukur secara kuantitatif menggunakan kuesioner dengan skala Likert 1–5 guna memperoleh data yang objektif dan terukur (Sugiyono, 2023).

**Tabel 2** Definisi Operasional

Variabel	Indikator	Skala/ Satuan
Literasi Keuangan Digital (X1) (Rahayu, 2022)	1. <i>Knowledge</i> (Pengetahuan) 2. <i>Experience</i> (Pengalaman) 3. <i>Skill</i> (Keahlian) 4. <i>Awareness</i> (Kesadaran)	Likert 1-5
Motivasi Keuangan (X2) (Pajar, 2017)	1. Motivasi muncul ketika terjadi perubahan dalam energi atau kekuatan dalam diri seseorang. 2. Motivasi ditunjukkan oleh timbulnya emosi yang memengaruhi tindakan seseorang. 3. Motivasi ditunjukkan melalui tindakan-tindakan untuk mencapai suatu tujuan.	Likert 1-5
Uang Saku (X3) (Rozaini & Sitohang, 2020; Tumangger, 2023)	1. Pendapatan dari Orang Tua 2. Penghasilan Sendiri 3. Pengetahuan Literasi Keuangan	Likert 1-5
<i>Buy Now Pay Later</i> (BNPL) (Y) (Rahima & Cahyadi, 2022)	1. Lama penggunaan 2. Intensitas penggunaan 3. Durasi Penggunaan 4. Kemudahan Pengoperasian 5. Kepuasan Pengguna 6. Desain tampilan	Likert 1-5

*Sumber: Diolah Peneliti 2025*

## 2.5 Metode Analisa Data

### 2.5.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2023), uji validitas bertujuan untuk mengetahui kemampuan instrumen penelitian dalam mengukur apa yang seharusnya diukur. Suatu item instrumen dinyatakan valid apabila memiliki korelasi yang signifikan dengan skor total dan mampu merepresentasikan konstruk penelitian. Kriteria pengujian validitas ditentukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dan  $r$  tabel pada taraf signifikansi 5%; apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka item dinyatakan valid, sedangkan jika  $r$  hitung  $\leq$   $r$  tabel maka item dinyatakan tidak valid dan perlu direvisi (Soesana et al., 2023).

### 2.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai tingkat konsistensi suatu instrumen penelitian dalam menghasilkan data yang stabil dan dapat dipercaya (Sugiyono, 2023). Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha*  $\geq 0,60$ , sedangkan nilai  $< 0,60$  menunjukkan instrumen tidak reliabel dan perlu diperbaiki. Tingginya nilai reliabilitas menandakan bahwa instrumen memiliki tingkat konsistensi yang baik dan layak digunakan dalam penelitian (Soesana et al., 2023).

### 2.5.3 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data residual dalam model regresi berdistribusi normal. Model regresi yang baik mensyaratkan residual berdistribusi normal agar hasil analisis dapat diinterpretasikan secara tepat. Pengujian normalitas dapat dilakukan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov, Shapiro-Wilk, atau melalui grafik P-P Plot dan histogram. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi (Sig.)  $> 0,05$ .

### 2.5.4 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui adanya korelasi yang tinggi antarvariabel independen dalam model regresi. Model yang baik tidak mengandung multikolinearitas karena dapat memengaruhi ketepatan estimasi koefisien regresi. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Apabila nilai Tolerance > 0,10 dan VIF < 10, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.

### 2.5.5 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji kesamaan varians residual dalam model regresi. Model yang baik harus memenuhi asumsi homoskedastisitas, yaitu varians residual yang konstan. Pengujian dilakukan dengan melihat pola sebaran pada scatterplot antara nilai prediksi dan residual. Jika titik-titik menyebar secara acak dan nilai signifikansi > 0,05, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 2.5.6 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dan hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Metode ini bertujuan untuk mengukur besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas secara parsial maupun simultan terhadap variabel terikat, sehingga dapat diketahui arah dan kekuatan hubungan antarvariabel dalam model penelitian. Model regresi linier berganda dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

### 2.5.7 Uji Hipotesis

#### 1) Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji simultan bertujuan untuk menguji pengaruh Literasi Keuangan Digital (X1), Motivasi Keuangan (X2), dan Uang Saku (X3) terhadap Penggunaan Layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) (Y). Hipotesis yang diuji adalah:

$H_0$ : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara X1, X2, dan X3 terhadap Y.

$H_a$ : Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara X1, X2, dan X3 terhadap Y.

Kriteria pengambilan keputusan didasarkan pada nilai signifikansi (Sig.) pada tabel ANOVA. Apabila nilai Sig. > 0,05 maka  $H_0$  diterima, sedangkan jika nilai Sig. < 0,05 maka  $H_0$  ditolak.

#### 2) Uji T (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2023). Dalam penelitian ini, uji t bertujuan untuk menguji pengaruh Literasi Keuangan Digital (X1), Motivasi Keuangan (X2), dan Uang Saku (X3) terhadap Penggunaan Layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) (Y) secara parsial.

Kriteria pengambilan keputusan didasarkan pada nilai signifikansi, yaitu jika nilai Sig. > 0,05 maka  $H_0$  diterima, sedangkan jika nilai Sig. < 0,05 maka  $H_0$  ditolak, yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan secara parsial.

### 2.5.8 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel independen (X1, X2, dan X3) mampu menjelaskan variasi pada variabel dependen (Y). Menurut Sugiyono (2023), nilai  $R^2$  menunjukkan proporsi variansi variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas secara simultan. Semakin mendekati nilai 1, maka semakin besar kemampuan model regresi dalam menjelaskan hubungan antarvariabel, sedangkan nilai yang mendekati 0 menunjukkan kemampuan penjelasan yang rendah.

## 3. Hasil dan Diskusi

### 3.1 Analisis Data

#### 3.1.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang diteliti. Pengujian dilakukan menggunakan program SPSS dengan jumlah responden sebanyak 105 orang. Nilai  $r$  tabel

ditentukan berdasarkan derajat kebebasan ( $df$ ) =  $n - 2$ , sehingga diperoleh  $df = 103$ . Pada tingkat signifikansi  $\alpha = 0,05$ , nilai  $r$  tabel sebesar 0,192. Suatu item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai  $r$  hitung >  $r$  tabel (0,192).

**Tabel 3** Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Literasi Keuangan Digital (X1)	X1_1	0,62	0,192	Valid
	X1_2	0,583	0,192	Valid
	X1_3	0,589	0,192	Valid
	X1_4	0,636	0,192	Valid
	X1_5	0,535	0,192	Valid
	X1_6	0,588	0,192	Valid
	X1_7	0,575	0,192	Valid
	X1_8	0,625	0,192	Valid
	X1_9	0,631	0,192	Valid
	X1_10	0,56	0,192	Valid
Motivasi Keuangan (X2)	X2_1	0,589	0,192	Valid
	X2_2	0,743	0,192	Valid
	X2_3	0,633	0,192	Valid
	X2_4	0,773	0,192	Valid
	X2_5	0,409	0,192	Valid
	X2_6	0,255	0,192	Valid
Uang Saku (X3)	X3_1	0,599	0,192	Valid
	X3_2	0,652	0,192	Valid
	X3_3	0,681	0,192	Valid
	X3_4	0,616	0,192	Valid
	X3_5	0,51	0,192	Valid
	X3_6	0,547	0,192	Valid
Penggunaan Layanan <i>Buy Now Pay Later</i> (BNPL) (Y)	Y_1	0,71	0,192	Valid
	Y_2	0,491	0,192	Valid
	Y_3	0,712	0,192	Valid
	Y_4	0,806	0,192	Valid
	Y_5	0,733	0,192	Valid
	Y_6	0,61	0,192	Valid
	Y_7	0,507	0,192	Valid
	Y_8	0,413	0,192	Valid
	Y_9	0,497	0,192	Valid
	Y_10	0,364	0,192	Valid
	Y_11	0,217	0,192	Valid
	Y_12	0,37	0,192	Valid

Sumber: Data Primer (diolah dari SPSS) 2025

Berdasarkan hasil uji validitas seluruh item pernyataan dinyatakan valid karena seluruh nilai rhitung yang diperoleh lebih besar dari rtabel.

### 3.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi internal instrumen penelitian dalam mengukur suatu variabel. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha > 0,60, yang menunjukkan bahwa item pernyataan bersifat stabil dan konsisten apabila digunakan secara berulang.

Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Literasi Keuangan Digital (X1)	0,787	Reliabel
2	Motivasi Keuangan (X2)	0,622	Reliabel
3	Uang Saku (X3)	0,649	Reliabel
4	Penggunaan Layanan BNPL (Y)	0,798	Reliabel

Sumber: Data Primer (diolah dari SPSS) 2025

### 3.1.3 Uji Normalitas

Data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi (Asymp. Sig.) > 0,05. Apabila kriteria tersebut terpenuhi, maka model regresi dinyatakan layak untuk dilanjutkan ke tahap analisis berikutnya. Berikut disajikan hasil uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov–Smirnov (K–S).

Tabel 5 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		105
Normal Parameters <sup>a,b</sup>		.0000000
	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.69885118
Most Extreme Differences		
	Absolute	.082
	Positive	.074
	Negative	-.082
Test Statistic		.082
Asymp. Sig. (2-tailed)		.077 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.  
b. Calculated from data.  
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data Primer (diolah dari SPSS) 2025

Berdasarkan tabel hasil uji normalitas Kolmogorov–Smirnov di atas, diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,077 yang berarti ( $0,077 > 0,05$ ), sehingga dapat dinyatakan bahwa residual dalam model regresi berdistribusi normal.

### 3.1.4 Uji Multikolinearitas

Model regresi dinyatakan bebas multikolinieritas apabila nilai Tolerance > 0,10 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) < 10, yang menunjukkan bahwa hubungan antarvariabel independen masih berada dalam batas yang dapat diterima.

**Tabel 6** Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients <sup>a</sup>				Collinearity Statistics			
		B	Std. Error	Standardized Coefficients	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.172	4.914			1.256	.212		
	Litersi Keuangan Digital	.366	.110		.268	3.329	.001	.848	1.179
	Motivasi Keuangan	.838	.163		.440	5.149	.000	.755	1.324
	Uang Saku	.227	.132		.141	1.719	.089	.825	1.212

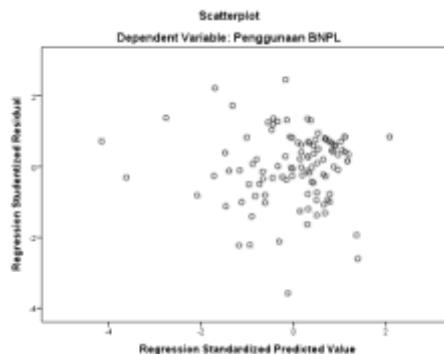
a. Dependent Variable: Penggunaan BNPL

Sumber: Data Primer (diolah dari SPSS) 2025

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel Coefficients di atas, seluruh variabel independen menunjukkan nilai Tolerance > 0,10 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) < 10. Seluruh nilai tersebut berada dalam rentang yang menunjukkan tidak adanya indikasi multikolinearitas pada model regresi.

### 3.1.5 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian dilakukan menggunakan scatterplot antara nilai ZPRED dan SRESID. Model dinyatakan bebas heteroskedastisitas apabila titik-titik menyebar secara acak di atas dan di bawah angka nol tanpa membentuk pola tertentu.



**Gambar 1** Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data Primer (diolah dari SPSS) 2025

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dengan metode scatterplot, titik-titik data menyebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu.

### 3.1.6 Analisis Regresi Linear Berganda

**Tabel 7** Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients <sup>a</sup>				t	Sig.
		B	Std. Error	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
1	(Constant)	6.172	4.914			1.256	.212
	Litersi Keuangan Digital	.366	.110		.268	3.329	.001
	Motivasi Keuangan	.838	.163		.440	5.149	.000
	Uang Saku	.227	.132		.141	1.719	.089

a. Dependent Variable: Penggunaan BNPL

Sumber: Data Primer (diolah dari SPSS) 2025

Berdasarkan tabel di atas, model persamaan regresi linear berganda diinterpretasikan sebagai berikut:

$$Y = 6,172 + 0,366 X_1 + 0,838 X_2 + 0,227 X_3$$

Berdasarkan persamaan regresi yang diperoleh, nilai konstanta sebesar 6,172 menunjukkan bahwa apabila Literasi Keuangan Digital, Motivasi Keuangan, dan Uang Saku bernilai nol, maka nilai Penggunaan Layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) adalah sebesar 6,172. Koefisien regresi Literasi Keuangan Digital (X1) sebesar 0,366 menunjukkan adanya pengaruh positif terhadap penggunaan BNPL. Motivasi Keuangan (X2) memiliki koefisien regresi sebesar 0,838 yang menunjukkan pengaruh positif paling besar terhadap penggunaan BNPL. Sementara itu, Uang Saku (X3) memiliki koefisien regresi sebesar 0,227 yang juga berarah positif, namun pengaruhnya tidak signifikan secara statistik.

### 3.2 Pengujian Hipotesis

#### 1) Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen dalam model regresi linear berganda. Model dinyatakan signifikan apabila nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau nilai signifikansi ( $Sig.$ )  $< 0,05$  pada tingkat signifikansi  $\alpha = 0,05$ .

**Tabel 8** Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1826.277	3	608.759	26.776
	Residual	2296.237	101	22.735	
	Total	4122.514	104		
a. Dependent Variable: Penggunaan BNPL					
b. Predictors: (Constant), Uang Saku, Literasi Keuangan Digital, Motivasi Keuangan					

Sumber: Data Primer (diolah dari SPSS) 2025

Dengan jumlah sampel 105 responden dan tiga variabel independen diperoleh  $df = 101$ . Pada  $\alpha = 0,05$ , nilai  $F$  tabel sebesar 2,69. Hasil uji  $F$  menunjukkan  $F_{hitung} = 26,776 > F_{tabel}$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sehingga model regresi signifikan dan variabel Literasi Keuangan Digital, Motivasi Keuangan, dan Uang Saku secara simultan berpengaruh terhadap penggunaan BNPL.

#### 2) Uji T (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Variabel dinyatakan berpengaruh signifikan apabila nilai signifikansi ( $Sig.$ )  $< 0,05$ .

**Tabel 9** Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients <sup>a</sup>							
Model		Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	6.172	4.914			1.256	.212
	Literasi Keuangan Digital	.366	.110	.268		3.329	.001
	Motivasi Keuangan	.838	.163	.440		5.149	.000
	Uang Saku	.227	.132	.141		1.719	.089
a. Dependent Variable: Penggunaan BNPL							

Sumber: Data Primer (diolah dari SPSS) 2025

Dengan jumlah sampel 105 responden dan empat variabel independen, diperoleh derajat kebebasan ( $df = 101$ ) dan nilai  $t$  tabel sebesar 1,984 pada tingkat signifikansi  $\alpha = 0,05$ . Hasil uji  $t$  menunjukkan bahwa Literasi Keuangan Digital memiliki nilai  $t$  hitung sebesar 3,329 dengan  $Sig. 0,001 < 0,05$ , sehingga berpengaruh signifikan terhadap penggunaan BNPL. Motivasi Keuangan juga berpengaruh signifikan dengan nilai  $t$  hitung sebesar 5,149 dan  $Sig. 0,000 < 0,05$ . Sementara itu, Uang Saku memiliki nilai  $t$  hitung sebesar 1,719 dengan  $Sig. 0,089 > 0,05$ , sehingga tidak berpengaruh signifikan. Dengan demikian, secara parsial hanya Literasi Keuangan Digital dan Motivasi Keuangan yang terbukti berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL).

### 3) Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 10** Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>					
<b>Model</b>	<b>R</b>	<b>R Square</b>	<b>Adjusted R Square</b>	<b>Std. Error of the Estimate</b>	<b>Durbin-Watson</b>
1	.666 <sup>a</sup>	.443	.426	4.768	1.811
a. Predictors: (Constant), Uang Saku, Literasi Keuangan Digital, Motivasi Keuangan					
b. Dependent Variable: Penggunaan BNPL					

Sumber: Data Primer (diolah dari SPSS) 2025

Berdasarkan tabel *Model Summary*, nilai Adjusted R Square sebesar 0,426 menunjukkan bahwa 42,6% variasi penggunaan layanan BNPL dapat dijelaskan oleh Literasi Keuangan Digital, Motivasi Keuangan, dan Uang Saku, sedangkan 57,4% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

### 3.3 Pembahasan

#### 3.3.1 Pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap Penggunaan Layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan digital berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) pada mahasiswa Generasi Z di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Mahasiswa dengan tingkat literasi keuangan digital yang baik cenderung lebih memahami fitur, risiko, serta ketentuan layanan BNPL, sehingga menggunakan layanan tersebut secara lebih rasional dan terencana. Temuan ini sejalan dengan penelitian Lutfillah, Hapsari, dan Candrawati (2024) yang menyatakan bahwa literasi keuangan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan layanan PayLater.

#### 3.3.2 Pengaruh Motivasi Keuangan terhadap Penggunaan Layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL)

Motivasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) pada mahasiswa Generasi Z di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan menjadi variabel paling dominan. Dorongan untuk memperoleh fleksibilitas pembayaran, kemudahan transaksi, serta pemenuhan kebutuhan secara cepat mendorong mahasiswa memanfaatkan BNPL sebagai metode pembayaran yang praktis. Temuan ini sejalan dengan penelitian Syifani dan Mustika (2024) yang menyatakan bahwa motivasi berbelanja berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan layanan PayLater.

#### 3.3.3 Pengaruh Uang Saku terhadap Penggunaan Layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL)

Uang saku berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap penggunaan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) pada mahasiswa Generasi Z di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya uang saku atau pendapatan tambahan tidak menjadi faktor utama dalam keputusan penggunaan BNPL. Temuan ini berbeda dengan penelitian Hernanda dan Saputra (2025) yang menemukan bahwa uang saku berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi.

#### 3.3.4 Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Motivasi Keuangan, dan Uang Saku terhadap Penggunaan Layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL)

Hasil analisis simultan menunjukkan bahwa literasi keuangan digital, motivasi keuangan, dan uang saku secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) pada mahasiswa Generasi Z di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Temuan ini menunjukkan bahwa penggunaan BNPL dipengaruhi oleh kombinasi pemahaman keuangan digital, dorongan keuangan, serta kondisi finansial mahasiswa. Meskipun uang saku tidak berpengaruh signifikan secara parsial, perannya tetap muncul ketika dianalisis bersama variabel lain, sehingga penggunaan BNPL merupakan hasil interaksi berbagai faktor keuangan dan perilaku mahasiswa.

## 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa Literasi Keuangan Digital, Motivasi Keuangan, dan Uang Saku secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) pada Mahasiswa Generasi Z di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Secara parsial, Literasi Keuangan Digital dan Motivasi Keuangan terbukti berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan BNPL, sedangkan Uang Saku tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan tersebut.

## Referensi

1. Adiprasetyo, A., & Surjandy. (2024). Analysis of The Essential Motivation and Challenge Factors of the Buy Now, Pay Later Service Among Indonesian University Students. *E3S Web of Conferences*, 571, 06005. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202457106005>
2. Bisnis.com. (2023). *Kredit Macet Fintech Lending Didominasi Generasi Z dan Milenial*. Bisnis.Com. <https://finansial.bisnis.com/read/20230113/563/1617818/kredit-macet-fintech-lending-didominasi-generasi-z-dan-milenial>
3. Hadi, A., & Diana Putri, A. (2024). PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN SIKAP KEUANGAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN PAYLATER MELALUI MOTIVASI HEDONIS PADA MAHASISWA AKUNTANSI UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN. In *Nasywa Naila Kirana Putri* (Vol. 08, Issue 04).
4. IPB University. (2025, July 15). *Galbay Pinjol Jadi Tren, Pakar IPB University Ingatkan Dampak Bahayanya*. <https://www.ipb.ac.id/news/index/2025/07/galbay-pinjol-jadi-tren-pakar-ipb-university-ingatkan-dampak-bahayanya/>
5. Katadata. (2025, May 9). *OJK Catat Pinjaman Paylater Bank Melonjak, Capai Rp 22,78 Triliun per Maret 2025*. Katadata. <https://katadata.co.id/digital/fintech/681de0474df7b/ojk-catat-pinjaman-paylater-bank-melonjak-capai-rp-22-78-triliun-per-maret-2025>
6. Nisha, A. U. (2023). *PEMAHAMAN LITERASI KEUANGAN DALAM PENGGUNAAN JASA PAYLATER PADA E-COMMERCE DI INDONESIA (STUDI KASUS MAHASISWA POLITEKNIK HARAPAN BERSAMA)*.
7. Pajar, R. C. (2017). *PENGARUH MOTIVASI INVESTASI DAN PENGETAHUAN INVESTASI TERHADAP MINAT INVESTASI DI PASAR MODAL PADA MAHASISWA FE UNY*.
8. Prihartanta, W., Perpustakaan, J. I., & Komunikasi, D. (2015). TEORI-TEORI MOTIVASI. In *Universitas Islam Negeri Ar-raniry* (Vol. 1, Issue 83).
9. Pujiastuti, I. (2010). Prinsip Penelitian Kuisioner Penelitian. *Jurnal Agribisnis Dan Pengembangan Wilayah*, 2. <https://jurnal.unismabekasi.ac.id/index.php/cefars/article/view/63>
10. Rahayu, R. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Literasi Keuangan Digital: Studi pada Generasi Z di Indonesia. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 73–87.
11. 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>
12. Rikayanti, V., & Listiadi, A. (2020). *Pengaruh Literasi Keuangan, Pembelajaran Manajemen Keuangan, dan Uang Saku Terhadap Perilaku Menabung* (Vol. 8, Issue 3).
13. Rozaini, N., & Sitohang, A. (2020). *Pengaruh Pengelolaan Uang Saku Dan Modernitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan Stambuk 2018*. 6(2), 1–8.
14. Sahamony, N. F. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap Kemahiran Digital Mahasiswa Universitas Binawan The Effect of Digital Financial Literacy on Digital Proficiency of Binawan University Students. In *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital Tahun* (Vol. 1, Issue 1).
15. Soesana, A., Subakti, H., Karwanto, Fitri, A., Kuswandi, S., Sastri, L., Falani, I., Aswan, N., Hasibuan, F. A., & Lestari, H. (2023). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Yayasan Kita Menulis*.
16. Sugiyono. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. [www.cvalfabeta.com](http://www.cvalfabeta.com)
17. Tumanger, S. (2023). *PENGARUH UANG SAKU DAN GAYA HIDUP TERHADAP PENGELOLAAN KEUANGAN MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI 2019-2020 UNIVERSITAS JAMBI*.
18. Widodo, S., Ladyani, F., Asrianto, L. O., Rusdi, Lestari, S. M., Wijayanti, D. R., Devriany, A., Hidayat, A., Dalfian, Nurcahyati, S., Sjahriani, T., Armi, Widya, N., & Rogayah. (2023). *BUKU AJAR METODE PENELITIAN*. CV Science Techno Direct. [https://repository.binawan.ac.id/3303/1/Buku%20Ajar%20Metode%20Penelitian%20Full\\_compressed%20Highlighted.pdf](https://repository.binawan.ac.id/3303/1/Buku%20Ajar%20Metode%20Penelitian%20Full_compressed%20Highlighted.pdf)
19. Zebua, T. N., Duha, T., Bate'e, M. M., & Gulo, H. (2025). Pengaruh Gaya Hidup Buy Now Pay Later Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nias. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 2167–2182. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2272>