



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 2553-2563

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Pengaruh Paylater dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Gen Z Di Kabupaten Pangkep

Hilma Arifin¹, Muhaimin², Alamsjah³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar, Indonesia

¹hilmaarifin202@gmail.com, ²muhaimin@unismuh.ac.id, ³alamsjah@unisnuh.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan paylater dan financial literacy terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kabupaten Pangkep. Fenomena meningkatnya penggunaan layanan paylater di kalangan generasi muda menjadi salah satu faktor yang mendorong perubahan pola konsumsi masyarakat, khususnya Generasi Z yang cenderung aktif menggunakan teknologi digital dalam aktivitas sehari-hari. Kemudahan transaksi yang ditawarkan oleh sistem paylater diduga dapat memengaruhi perilaku konsumtif individu. Selain itu, tingkat financial literacy atau literasi keuangan juga dianggap memiliki peran penting dalam mengontrol perilaku konsumsi agar lebih bijak dan terencana. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kedua variabel tersebut terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kabupaten Pangkep. Kata Kunci: Paylater, Financial Literacy, Perilaku Konsumtif, Gen Z. Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z di Kabupaten Pangkep yang menggunakan layanan paylater. Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan beberapa tahapan pengujian, yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel paylater berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kabupaten Pangkep. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pengelolaan penggunaan paylater, maka perilaku konsumtif cenderung menurun. Sementara itu, variabel financial literacy berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z. Artinya, tingkat literasi keuangan yang dimiliki responden belum mampu memberikan pengaruh yang kuat dalam menekan perilaku konsumtif. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi masyarakat, khususnya Generasi Z, agar lebih bijak dalam menggunakan layanan paylater dan meningkatkan pemahaman terkait literasi keuangan untuk mengurangi perilaku konsumtif.

Kata Kunci: Paylater, Financial Literacy, Perilaku Konsumtif, Gen Z

1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi di Indonesia telah mendorong munculnya berbagai inovasi di berbagai bidang kehidupan. Salah satu dampak yang paling signifikan adalah kemajuan dalam bidang teknologi informasi. Aktivitas interaksi secara daring yang sebelumnya dianggap sulit dilakukan, kini dapat dilakukan dengan mudah hanya melalui perangkat smartphone. Tidak hanya itu, berbagai bentuk komunikasi dan interaksi jarak jauh kini dapat diakses dengan cepat dan efisien melalui teknologi digital. Menurut Zhu et al. (2023), kemajuan teknologi telah membawa perubahan besar dalam aktivitas bisnis, baik secara umum maupun spesifik, di mana muncul cara-cara baru dalam operasional dan manajemen perusahaan. *E-commerce* serta layanan berbasis informasi kini berkembang menjadi sektor penting dalam perekonomian modern. Dengan hadirnya beragam aplikasi dan platform penjualan online, para penjual dapat menjangkau pasar global tanpa batas geografis, sementara pembeli memperoleh kemudahan dalam bertransaksi tanpa perlu menggunakan uang tunai secara langsung berkat adanya dompet digital (*E-Wallet*). Lebih lanjut, konsumen juga difasilitasi dengan fitur pembayaran berbasis pinjaman daring atau sistem *paylater*, yakni metode transaksi yang memungkinkan pembelian dilakukan terlebih dahulu dan pembayaran dilakukan di kemudian hari [1]

Kemunculan *e-commerce* telah membawa perubahan yang signifikan terhadap perilaku konsumen. Aktivitas berbelanja yang sebelumnya dilakukan secara langsung dengan mengunjungi pusat perbelanjaan, pasar, atau toko fisik, kini dapat dilakukan secara daring dengan mudah dari rumah.

Pergeseran perilaku ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk persepsi konsumen terhadap jarak, harga, promosi, dan lokasi yang ditetapkan oleh perusahaan. Faktor utama yang mendorong peralihan dari pembelian konvensional ke pembelian online adalah kemudahan yang ditawarkan oleh *platform e-commerce*. Namun, meskipun berbagai kemudahan tersebut memberikan daya tarik tersendiri, masih terdapat sejumlah faktor yang menyebabkan sebagian konsumen enggan berbelanja secara *online*. Salah satu di antaranya adalah adanya risiko penipuan, baik yang berkaitan dengan ketidaksesuaian kualitas produk maupun sistem pembayaran yang kurang terjamin keamanannya.[2]

Perkembangan *e-commerce* di Indonesia telah membuka peluang besar bagi pertumbuhan layanan *paylater*. Kolaborasi antara *platform e-commerce* dan lembaga pembiayaan berbasis *peer to peer lending* memberikan manfaat bagi kedua belah pihak. Bagi perusahaan *e-commerce*, kerja sama ini berkontribusi pada peningkatan volume penjualan melalui penyediaan fasilitas “beli sekarang, bayar nanti” yang menarik bagi konsumen dengan keterbatasan pendapatan. Layanan *paylater* memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk memperoleh barang atau jasa yang diinginkan tanpa harus memiliki dana yang cukup pada saat transaksi. Sementara itu, bagi perusahaan pembiayaan, meningkatnya jumlah pengguna *e-commerce* turut mendorong pertumbuhan keuntungan yang dihasilkan dari pembiayaan transaksi tersebut. [3]

Perkembangan sistem pembayaran yang semakin inovatif menjadi salah satu faktor utama yang mendorong pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia. Inovasi dalam metode pembayaran terus berlangsung hingga pada tahun 2018 diperkenalkan sistem pembayaran baru kepada masyarakat, yaitu *paylater*. Layanan *paylater* merupakan bentuk pinjaman daring tanpa kartu kredit yang memberikan kemudahan bagi konsumen untuk menunda pembayaran transaksi, baik secara penuh maupun melalui skema cicilan. Penggunaan *paylater* dalam aktivitas belanja daring berpotensi memengaruhi perilaku pembelian impulsif, karena pengguna merasakan kemudahan, manfaat, serta dukungan teknologi yang ditawarkan. Meskipun layanan ini memiliki tingkat bunga yang relatif lebih tinggi dibandingkan kartu kredit, *paylater* tetap menjadi pilihan favorit terutama di kalangan generasi Z, karena prosesnya yang cepat, praktis, dan berada di bawah pengawasan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Namun demikian, berbagai kemudahan tersebut juga dikhawatirkan dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian impulsif tanpa mempertimbangkan kemampuan finansial mereka secara matang.[4]

Layanan *paylater* memiliki fungsi yang serupa dengan kartu kredit, namun menawarkan keunggulan berupa proses pendaftaran yang jauh lebih sederhana dan cepat. Sama halnya dengan kartu kredit, *paylater* memberikan kemudahan bagi konsumen dalam memenuhi berbagai kebutuhan, mulai dari kebutuhan pokok hingga kebutuhan hiburan, seperti pembelian tiket pesawat, pemesanan hotel, maupun tiket rekreasi. Melalui layanan ini, pengguna dapat melakukan transaksi terlebih dahulu dan melunasi pembayaran pada waktu jatuh tempo yang telah ditentukan sesuai ketentuan penyedia layanan.[5]

Financial literacy sangatlah dibutuhkan bagi orang agar dapat terbebas dari masalah kesulitan dalam keuangan. Kesulitan dalam keuangan tersebut tidak hanya dipicu oleh rendahnya pendapatan tetapi juga terjadi akibat minimnya pengetahuan dalam mengelola keuangannya tersebut. Kurangnya pengetahuan tentang *Financial literacy* tidak hanya berdampak terhadap cara mengelola keuangan pribadi saja, tetapi pemahaman terhadap produk dan layanan jasa keuangan digital. Akibatnya banyak masyarakat yang terkena penipuan aplikasi-aplikasi *e-commerce* yang tidak terdaftar di OJK (Otoritas Jasa Keuangan) atau aplikasi pinjaman *online* ilegal yang sekarang sudah banyak beredar di Indonesia. *Financial literacy* berpengaruh positif terhadap *Use Payment Later E-Commerce*. [6]

Financial literacy memiliki peran yang sangat penting bagi individu agar dapat terhindar dari berbagai permasalahan terkait pengelolaan keuangan. Kesulitan finansial tidak semata-mata disebabkan oleh rendahnya tingkat pendapatan, melainkan juga oleh kurangnya pemahaman dalam mengatur dan mengelola keuangan secara efektif. Keterbatasan pengetahuan mengenai *Financial literacy* tidak hanya berdampak pada kemampuan seseorang dalam mengelola keuangan pribadinya, tetapi juga pada rendahnya kesadaran terhadap berbagai produk dan layanan keuangan digital. Kondisi tersebut membuat sebagian masyarakat lebih rentan terhadap penipuan, terutama dari aplikasi *e-commerce* yang tidak terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) maupun *platform* pinjaman daring ilegal yang marak beredar di Indonesia. Dengan demikian, tingkat literasi keuangan yang baik dapat memberikan pengaruh positif terhadap penggunaan layanan *paylater* pada *platform e-commerce*, karena individu yang memiliki pemahaman finansial yang memadai cenderung lebih bijak dan terukur dalam memanfaatkan fasilitas keuangan digital tersebut.[7]

Perilaku konsumtif dapat di pahami sebagai tindakan membeli yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan logis, melainkan di picu oleh dorongan keinginan yang bersifat emosional dan tidak rasional. Pada kondisi tersebut, individu cenderung mengabaikan evaluasi terhadap manfaat maupun nilai guna suatu produk dan lebih mengutamakan pemenuhan keinginan pribadi tanpa pertimbangan yang matang. Suatu aktivitas konsumsi dapat dikategorikan konsumtif apabila dilakukan semata-mata karena keinginan, bukan kebutuhan yang sebenarnya. Perilaku ini umumnya tampak Ketika seseorang membeli barang secara berlebihan hanya untuk memperoleh kepuasan sesaat.[8]

Keputusan membeli yang tidak dilandasi pemikiran rasional dapat mendorong individu melakukan berbagai cara untuk memenuhi keinginannya. Perilaku konsumtif juga tercermin Ketika seseorang tetap membeli barang baru meskipun barang lama masih dapat digunakan atau belum habis sehingga menyebabkan pengeluaran yang semakin besar. Secara umum, perilaku konsumtif dikaitkan dengan pola hidup yang berlebihan, berorientasi pada kemewahan, dan tidak mempertimbangkan aspek kebutuhan secara berlebihan secara realistis.[9]

Fenomena yang terjadi di Kabupaten Pangkep menunjukkan bahwa penggunaan *paylater* mengalami peningkatan seiring dengan bertambahnya jumlah pengguna *e-commerce*, khususnya dari kalangan generasi muda atau generasi Z. Fitur *paylater* yang disediakan oleh berbagai *platform* belanja daring memberikan kemudahan bagi konsumen untuk melakukan transaksi tanpa harus melakukan pembayaran secara langsung. Namun, kemudahan tersebut sering kali mendorong perilaku konsumtif dan pembelian impulsif, di mana keputusan pembelian dilakukan bukan berdasarkan kebutuhan nyata, melainkan dorongan emosional atau keinginan sesaat. Kondisi ini menjadi perhatian serius mengingat tingkat *Financial literacy* masyarakat, terutama di kalangan generasi muda, masih tergolong rendah. Situasi tersebut mengindikasikan adanya hubungan antara penggunaan *paylater*, tingkat *Financial literacy*, dan kecenderungan pembelian konsumtif, sehingga penting untuk dilakukan penelitian lebih mendalam dalam konteks generasi Z di Kabupaten Pangkep. Selain itu, tingginya minat generasi Z terhadap aktivitas belanja daring juga dipengaruhi oleh gaya hidup digital yang praktis serta pengaruh tren media sosial yang kerap menampilkan konten promosi produk konsumtif. Faktor-faktor seperti promosi *e-commerce* berupa potongan harga, gratis ongkir, hingga kemudahan cicilan melalui *paylater* semakin memperkuat kecenderungan untuk berbelanja secara impulsif. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi generasi Z di Kabupaten Pangkep tidak hanya ditentukan oleh kebutuhan fungsional, tetapi juga oleh faktor psikologis, pengaruh lingkungan digital, serta kemudahan akses terhadap fasilitas pembayaran modern.

Seperti Penelitian yang dilakukan oleh Kartika Putri Restike (2024) berjudul “*Pengaruh Financial literacy, Perilaku Pembelian Impulsif, dan Gaya Hidup terhadap Penggunaan Shopee Paylater pada Generasi Z*” menunjukkan bahwa *Financial literacy* berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *Shopee Paylater* di kalangan Gen Z. Artinya, semakin tinggi tingkat *Financial literacy* seseorang, maka semakin bijak pula individu tersebut dalam memanfaatkan layanan *financial technology* berbasis digital seperti *Shopee Paylater*. Selain itu, hasil penelitian juga mengungkap bahwa perilaku pembelian impulsif memiliki pengaruh terhadap penggunaan *Shopee Paylater*. Hal ini berarti keputusan pembelian yang dilakukan tanpa perencanaan dan hanya didorong oleh keinginan sesaat dapat meningkatkan kecenderungan individu untuk menggunakan layanan *paylater*. Sebaliknya, variabel gaya hidup tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan *Shopee Paylater* di kalangan Gen Z, yang mengindikasikan bahwa pola hidup generasi ini tidak menjadi faktor utama dalam menentukan keputusan mereka untuk menggunakan layanan tersebut. Berdasarkan temuan tersebut, peneliti merekomendasikan agar penelitian selanjutnya mempertimbangkan penambahan variabel lain yang berpotensi memengaruhi penggunaan *Shopee Paylater* guna memperoleh hasil analisis yang lebih komprehensif.

Penelitian yang dilakukan oleh Urai Deby Tri (2025) berjudul “*Pengaruh Financial literacy, Promosi, dan Hedonisme terhadap Penggunaan Paylater pada Ibu Rumah Tangga di Kota Pontianak*” menunjukkan bahwa *Financial literacy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan layanan *paylater* di kalangan ibu rumah tangga. Individu dengan tingkat *Financial literacy* yang baik cenderung lebih bijaksana dalam memanfaatkan fasilitas *paylater*, mampu mengelola keuangan pribadi dengan lebih efektif, serta mempertimbangkan kemampuan finansial sebelum melakukan transaksi pembelian. Peningkatan *Financial literacy* menjadi faktor penting untuk membantu ibu rumah tangga menghindari risiko masalah keuangan yang mungkin timbul akibat penggunaan *paylater* secara tidak terkendali.[10] berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik ingin melakukan penelitian lebih lanjut tentang “**pengaruh paylater dan financial literacy terhadap perilaku Konsumtif gen z di kabupaten pangkep**”

1. Metode Penelitian

Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang didasarkan pada suatu asumsi awal, kemudian variabel-variabel ditetapkan, dan selanjutnya dianalisis menggunakan metode penelitian yang valid. Pendekatan yang digunakan bersifat kuantitatif dengan kuesioner sebagai instrumen utama, di mana data yang diperoleh akan diuji dan dianalisis secara statistik. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengukur sejauh mana pengaruh penggunaan *PayLater* dan tingkat *Financial literacy* terhadap kecenderungan Generasi Z di Kabupaten Pangkep untuk melakukan pembelian secara spontan pada *platform e-commerce*. [11]

Penelitian ini dilaksanakan di kecamatan bungoro, Kabupaten Pangkep, Provinsi Sulawesi Selatan. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada tingginya tingkat penggunaan layanan *e-commerce* di kalangan generasi muda, khususnya Generasi Z yang berdomisili di wilayah tersebut. Kecamatan Bungoro dipilih karena mewakili karakteristik daerah dengan perkembangan teknologi digital yang pesat serta peningkatan akses terhadap layanan keuangan digital, termasuk *PayLater*. Penelitian ini berlangsung pada tahun 2026, mencakup beberapa tahapan, yaitu persiapan, penyusunan instrumen penelitian berupa kuesioner, pengumpulan data melalui survei online kepada responden Generasi Z pengguna *paylater* di wilayah kecamatan bungoro, serta tahap Data sekunder diperoleh melalui berbagai sumber yang memiliki keterkaitan dan relevansi dengan topik penelitian, seperti buku-buku ilmiah, jurnal akademik, artikel penelitian, serta dokumen internal perusahaan yang berhubungan dengan kinerja karyawan dan pelayanan publik di PT PLN (Persero). Data sekunder tersebut dimanfaatkan untuk memperkuat dasar teoritis, mendukung proses analisis, serta memberikan konteks yang lebih komprehensif terhadap hasil temuan di lapangan.

Populasi merupakan keseluruhan subjek atau objek yang memiliki karakteristik tertentu dan menjadi sasaran generalisasi dari hasil penelitian, yang ditetapkan oleh peneliti untuk dianalisis dan ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, populasi terdiri dari seluruh jumlah penduduk yang berdomisili di kecamatan bungoro, yaitu individu-individu yang aktif melakukan transaksi belanja online melalui *platform e-commerce* di wilayah tersebut. [12]

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih untuk diteliti, mewakili sebagian karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan Teori Malhotra. Menurut Malhotra (2006) yang menyatakan bahwa jumlah anggota sampel ditetapkan dengan minimal 5 sampai 10 kali jumlah indikator yang diteliti. Untuk memudahkan peneliti dalam menentukan jumlah sampel. Langkah pertama adalah menghitung jumlah total pernyataan atau indikator yang terdapat dalam kuesioner maka jumlah indikator pernyataan pada penelitian sebanyak 10 di kalikan 10. Jadi jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden dengan menggunakan metode sampling acak. pengambilan sampel dilakukan secara acak pada pengguna *paylater* di kecamatan. Bungoro kabupaten Pangkep.

Teknik Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner di kuesioner di wilayah kabupaten pangkep. Kuesioner digunakan sebagai instrumen utama untuk mengukur variabel-variabel yang diteliti. Berikut ini disajikan keterangan terkait isi dan indikator yang terdapat dalam kuesioner.

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, data penelitian terlebih dahulu dievaluasi melalui tahap pengujian kualitas instrumen yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen mampu mengukur variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara tepat, sedangkan uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang digunakan, yang diukur menggunakan nilai Cronbach's Alpha. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha > 0,70. Selanjutnya, pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan software SPSS versi 22. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen, yaitu *paylater* dan *financial literacy* terhadap variabel dependen, yaitu perilaku konsumtif pada pengguna *paylater* di kecamatan. Bungoro kabupaten Pangkep.

Pengujian dilakukan dengan melihat nilai koefisien regresi, nilai t-hitung, dan nilai signifikansi pada tingkat signifikansi 5%. Hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai signifikansi < 0,05, yang menunjukkan bahwa kualitas *paylater* dan *financial literacy* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Selain itu, koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel kualitas pelayanan dalam menjelaskan variasi kepuasan pelanggan. Nilai R^2 yang semakin mendekati 1 menunjukkan bahwa kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen semakin baik.

3. Hasil dan Diskusi

Gambaran Umum Objek Penelitian

Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan (dahulu bernama Pangkajene Kepulauan, biasa disingkat Pangkep) adalah salah satu kabupaten di Provinsi Sulawesi Selatan. Ibu kotanya adalah Pangkajene. Kata “Pangkajene” (Bahasa Makassar), berasal dari dua kata yang disatukan, yaitu “Pangka” yang berarti cabang dan “Je’ne” yang berarti air, dinamai demikian karena pada daerah yang dulunya merupakan wilayah kekuasaan Kerajaan Barasa itu, terdapat sungai sungai yang membelah kota Pangkep yang membentuk cabang, yang sekarang dinamai Sungai Pangkajene. Tanggal 8 Februari 1960, ditetapkan menjadi hari jadi kabupaten daerah tingkat II Pangkajene dan Kepulauan melalui Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 1962 selanjutnya sebagai proses lanjut atas penetapan Perda tersebut, disetujui pengesahan Perda ini dengan surat keputusan Gubernur Tingkat I Sulsel No.100/8/92 tanggal 28 Agustus 1992 dan dicantumkan dalam lembaran daerah kabupaten daerah tingkat II Pangkajene dan Kepulauan nomor 7 tahun 1962 seri D Nomor 4. potensi cukup besar juga terdapat pada wilayah daratan Kabupaten Pangkajene, dan Kepulauan yaitu ditandai dengan terdapatnya sumber daya alam berupa hasil tambang, seperti batu bara, marmer, dan semen. Disamping itu potensi pariwisata alam yang mampu menembah pendapatan daerah. Di Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan, perkembangan teknologi digital mulai terasa dalam kehidupan sehari-hari masyarakat, terutama di kalangan generasi Z. Anak-anak muda di daerah ini kini tidak hanya aktif menggunakan media sosial, tetapi juga mulai memanfaatkan berbagai layanan keuangan digital, termasuk fitur paylater. Dalam aktivitas harian, seperti berbelanja kebutuhan fashion, elektronik, hingga kebutuhan penunjang kuliah, paylater menjadi pilihan yang praktis karena memungkinkan mereka mendapatkan barang yang diinginkan tanpa harus membayar secara langsung. Ini terlihat jelas di lingkungan sekolah dan universitas, di mana generasi Z di Pangkep semakin terbiasa melakukan transaksi melalui aplikasi digital. Paylater dianggap sebagai solusi yang memudahkan, terutama bagi mereka yang menginginkan kecepatan dan kemudahan dalam bertransaksi. Bahkan, dalam beberapa kasus, penggunaan paylater sudah menjadi bagian dari gaya hidup modern anak muda di daerah tersebut. Kabupaten Pangkajene, dan Kepulauan merupakan kabupaten yang struktur wilayah terdiri atas 2 bagian utama yang membentuk kabupaten ini yaitu wilayah daratan dan wilayah lauran. Secara garis besar wilayah daratan Kabupaten Pangkajene, dan Kepulauan ditandai dengan bentang alam wilayah dari daerah dataran rendah sampai pegunungan, di mana Teknik Analisis Data

Uji Validitas

Validitas menggambarkan sejauh mana data yang diperoleh mampu mewakili ruang lingkup kajian yang sebenarnya. Pada prinsipnya, validitas menunjukkan derajat ketepatan suatu instrumen dalam mengukur konsep yang ingin diteliti. Suatu indikator dalam kuesioner dinyatakan valid apabila nilai korelasi hitung lebih tinggi dibandingkan nilai korelasi pada tabel ($r_{hitung} > r_{tabel}$), yang berarti butir tersebut memiliki hubungan yang kuat dengan variabel yang diukur. Dalam penelitian ini, uji validitas digunakan untuk memastikan bahwa seluruh item pertanyaan pada kuesioner benar-benar mencerminkan variabel penggunaan PayLater, tingkat *Financial literacy*, dan perilaku konsumtif. Pengujian dilakukan dengan menganalisis hubungan antara setiap butir pertanyaan dengan skor total variabelnya melalui metode Corrected Item-Total Correlation. Melalui prosedur ini, peneliti dapat menentukan apakah setiap item sudah layak digunakan atau perlu diperbaiki agar instrumen mampu menghasilkan data yang akurat dan relevan.[13]

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	RHitung	Sig	R Tabel	Sig	Keterangan
Paylater	X1.1	0,777	0,000	0,1966	0,05	Valid
	X1.2	0,788	0,000	0,1966	0,05	Valid
	X1.3	0,853	0,000	0,1966	0,05	Valid
	X1.4	0,823	0,000	0,1966	0,05	Valid
	X1.5	0,762	0,000	0,1966	0,05	Valid
Financial Literacy	X2.1	0,642	0,000	0,1966	0,05	Valid
	X2.2	0,643	0,000	0,1966	0,05	Valid
	X2.3	0,742	0,000	0,1966	0,05	Valid

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.8828>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

	X2.4	0,660	0,000	0,1966	0,05	Valid
	X2.5	0,708	0,000	0,1966	0,05	Valid
Perilaku Konsumtif	Y1	0,723	0,000	0,1966	0,05	Valid
	Y2	0,832	0,000	0,1966	0,05	Valid
	Y3	0,771	0,000	0,1966	0,05	Valid
	Y4	0,857	0,000	0,1966	0,05	Valid
	Y5	0,863	0,000	0,1966	0,05	Valid

Sumber: SPSS 22

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan memiliki validitas yang tinggi, dengan nilai R Hitung > R Tabel dan nilai signifikan < 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan dapat mengukur variabel yang ingin diukur dengan akurat.

Uji Reliabilitas

Menurut Masri Singarimbun, reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Suatu alat ukur dikatakan reliabel apabila ketika digunakan dua kali untuk mengukur fenomena yang sama, hasil pengukurannya relatif konsisten. Dengan kata lain, reliabilitas mencerminkan konsistensi alat ukur dalam menilai gejala atau variabel yang sama. Pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan koefisien Cronbach's Alpha (α) melalui bantuan program SPSS, di mana nilai Cronbach's Alpha menunjukkan tingkat konsistensi internal antar butir pertanyaan dalam satu variabel. [14]

Table 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Batas	Keterangan
Paylater	0,860	>0,60	Reliabel
Financial Literacy	0,708	>0,60	Reliabel
Perilaku Konsumtif	0,862	>0,60	Reliabel

Sumber: SPSS 22

Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat bahwa variabel Paylater (0,860), variabel Financial Literacy (0,708), dan variabel Perilaku Konsumtif (0,862) dapat dikatakan bahwa pernyataan dalam kuesioner dinyatakan reliabel karena nilai *cronbach's alpha* > 0,60

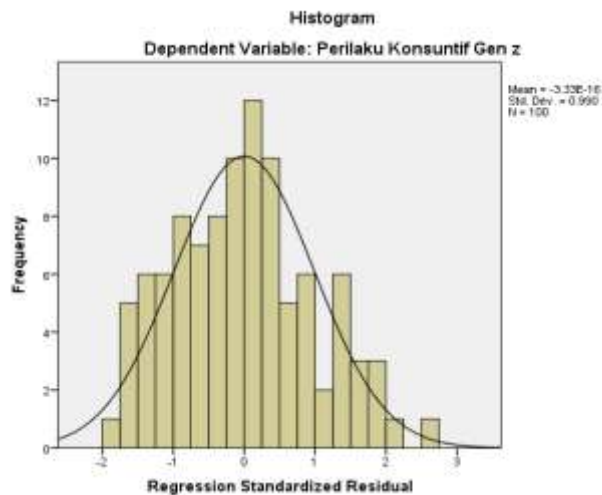
Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini, uji asumsi klasik dilakukan karena metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Uji asumsi klasik bertujuan memastikan bahwa model regresi memenuhi syarat statistik sehingga hasil analisis tidak bias. Adapun uji asumsi klasik yang digunakan meliputi:

Uji Normalitas

Menurut (Sugiyono, 2020), uji normalitas adalah pengujian untuk mengetahui apakah data dalam penelitian mengikuti distribusi normal. Normalitas diperlukan terutama dalam analisis statistik parametrik, seperti regresi, karena data yang berdistribusi normal menghasilkan kesimpulan yang lebih akurat. Data dikatakan normal apabila penyebarannya mendekati kurva normal, dan pengecekan dapat dilakukan melalui grafik seperti histogram maupun menggunakan uji statistik seperti Kolmogorov-Smirnov atau Shapiro-Wilk. Jika hasil pengujian menunjukkan data menyebar secara wajar di sekitar garis normal, maka data dinyatakan berdistribusi normal.

Gambar 1 memperlihatkan hasil uji normalitas



Histogram menunjukkan bahwa data residual mengikuti distribusi normal, dengan bentuk kurva yang simetris dan tidak ada outlier yang signifikan.

Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang kuat antara variabel independen. Dalam penelitian ini, uji multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan metode Variance Inflation Factor (VIF).

Tabel 3 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Paylater	0,713	1,402
Financial Literacy	0,713	1,402
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif		

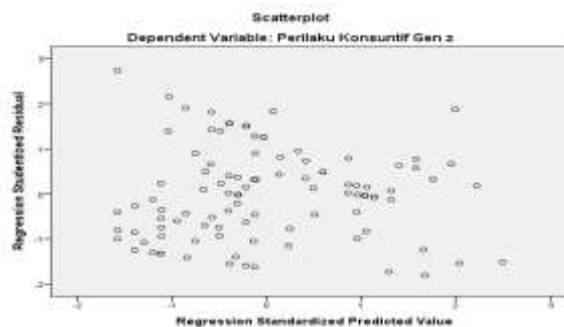
Sumber: SPSS 22 2026

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai VIF untuk semua variabel independen kurang dari 10, yang menunjukkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa asumsi multikolinearitas terpenuhi.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang baik adalah yang tidak mengalami heteroskedastisitas.

Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Scatterplot menunjukkan bahwa titik-titik data residual tersebar secara acak dan tidak menunjukkan pola yang jelas, baik secara horizontal maupun vertikal. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas yang signifikan dalam data.

Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel independen dalam penelitian ini terdiri atas dua variabel, sedangkan satu variabel berperan sebagai variabel dependen. Teknik analisis statistik digunakan untuk menilai pengaruh kedua variabel independen terhadap variabel dependen tersebut.

Tabel 4 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient Beta
		B	Std. Error	
1	(constant)	21,792	3,008	
	Paylater	-0,282	0,140	-0,231
	Perilaku konsumtif	-0,147	0,175	-0.096
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif				

Sumber: SPSS 22

Persamaan regresi linear sederhana adalah: $Y = 16,423 + 0,632X$, yang berarti bahwa jika Kinerja Karyawan (X) meningkat satu unit, maka Pelayanan Penyambungan Listrik Baru (Y) akan meningkat sebesar 0,632 unit, dengan asumsi variabel lain tetap. Konstanta 16,423 menunjukkan nilai Pelayanan Penyambungan Listrik Baru (Y) jika Kinerja Karyawan (X) adalah 0.

Uji Hipotesis

Hipotesis bertujuan untuk menguji apakah dugaan sementara mengenai hubungan atau pengaruh antar variabel dapat dibuktikan melalui data penelitian. Uji hipotesis memungkinkan peneliti menarik kesimpulan secara ilmiah terkait pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain, baik secara parsial maupun simultan. Selain itu, pengujian hipotesis membantu memastikan bahwa temuan penelitian bukanlah hasil kebetulan, sehingga kesimpulan yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan secara objektif dan digunakan sebagai dasar untuk melakukan generalisasi pada populasi yang lebih luas.

Uji t

Uji parsial digunakan untuk mengukur apakah paylater dan financial literacy memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Gen Z.

Tabel 5 Hasil Uji Parsial (Uji T)

Coefficients ^a			
Model		t	Sig
1	(Constant)	7,244	0,000
	Paylater	-2,013	0,047
	Financial Literacy	-0,840	0,403
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif			

Sumber: SPSS 22

Berdasarkan tabel 5 hasil uji hipotesis dapat dijelaskan sebagai berikut

1. Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih kecil dari t tabel ($-2,013 < 1,660$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,047 < 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel paylater berpengaruh negatif

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.8828>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

2. Hasil uji t untuk variabel financial literacy terhadap perilaku konsumtif menunjukkan nilai t hitung lebih kecil dari t tabel ($-0,840 < 1,660$) dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,403 > 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel financial literacy berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar variasi paylater dan financial literacy memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Gen Z.

Tabel 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.294 ^a	.087	.068	5.186
a. Predictors: (Constant), Financial Literacy, Paylater				
b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif Gen z				

Sumber: SPSS 22

Nilai R Square sebesar 0,087 menunjukkan bahwa model mampu menjelaskan sebesar 8,7% variasi pada variabel dependen, sedangkan sisanya sebesar 91,3% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian. Adapun nilai Adjusted R Square sebesar 0,068 menunjukkan bahwa setelah dilakukan penyesuaian terhadap jumlah variabel independen, kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen menjadi sebesar 6,8%. Dengan demikian, model penelitian ini memiliki kemampuan penjelasan yang terbatas, namun masih dapat memberikan gambaran mengenai hubungan antar variabel yang diteliti.

Analisis dan Interpretasi (Pembahasan)

Pengaruh Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Gen Z

Layanan *paylater* merupakan fasilitas pembayaran yang tersedia pada platform *e-commerce* yang telah terdaftar dan diawasi oleh Bank Indonesia, serta tidak memerlukan penggunaan kartu dalam proses transaksinya. Metode ini menawarkan kemudahan dan kepraktisan, karena dapat digunakan kapan pun dan di mana pun sesuai kebutuhan pengguna. [15]

Perilaku konsumtif dapat dipahami sebagai kecenderungan individu untuk membeli barang atau jasa terutama karena dorongan keinginan dan hasrat memperoleh kepuasan dari produk yang bernilai tinggi atau berkesan mewah, tanpa memperhatikan apakah barang tersebut benar-benar diperlukan. [16]

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *paylater* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada Generasi Z. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan *paylater*, maka kecenderungan perilaku konsumtif pada Generasi Z justru mengalami penurunan. Secara teoritis, temuan ini dapat dijelaskan melalui perspektif perilaku konsumen, khususnya dalam kerangka pengelolaan keuangan dan pengendalian diri (*self-control*), di mana individu yang memanfaatkan fasilitas *paylater* cenderung lebih mempertimbangkan kemampuan pembayaran di masa depan sehingga lebih berhati-hati dalam melakukan konsumsi.

Selain itu, dalam konteks teori perilaku terencana (*Theory of Planned Behavior*), penggunaan *paylater* dapat mencerminkan adanya pertimbangan sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang lebih rasional, sehingga keputusan konsumsi menjadi lebih terencana dan tidak impulsif. Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *paylater* tidak selalu mendorong perilaku konsumtif, melainkan dalam kondisi tertentu justru dapat berperan sebagai alat kontrol dalam pengambilan keputusan konsumsi pada Generasi Z.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Metta Ria Utami, Meriyati, Havis Aravik dengan judul "pengaruh pembayaran *paylater* terhadap perilaku konsumtif Masyarakat kecamatan ilir II kota Palembang serta pandangan ekonomi islam terhadapnya". Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai t Hitung $6,489 > t$ table

1,667 dan nilai signifikan (Sig) sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa paylater berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Pengaruh *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif gen z

Menurut Gallardo dan Libot yang dikutip dalam Ismanto, *Financial literacy* merupakan perpaduan antara kesadaran dan pengetahuan dalam bidang bisnis serta keuangan, yang mencakup kemampuan finansial, keterampilan manajemen keuangan, dan kemampuan perencanaan keuangan yang baik. Sejalan dengan pandangan tersebut, Aprea dan rekan-rekan yang dikutip dalam Gunawan menjelaskan bahwa *Financial literacy* mencakup pengetahuan serta pemahaman mengenai konsep dan risiko keuangan, disertai dengan kemampuan, kepercayaan diri, serta motivasi individu dalam mengambil keputusan finansial yang tepat guna meningkatkan kesejahteraan ekonomi, baik pada tingkat pribadi maupun masyarakat luas [17]

Perilaku konsumtif dapat dipahami sebagai kecenderungan individu untuk membeli barang atau jasa terutama karena dorongan keinginan dan hasrat memperoleh kepuasan dari produk yang bernilai tinggi atau berkesan mewah, tanpa memperhatikan apakah barang tersebut benar-benar diperlukan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *financial literacy* berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif pada Generasi Z. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan tingkat *Financial literacy* cenderung diikuti oleh penurunan perilaku konsumtif, meskipun pengaruh tersebut tidak cukup kuat secara statistik untuk dinyatakan signifikan. Secara teoritis, temuan ini sejalan dengan konsep *Financial literacy* yang menyatakan bahwa individu dengan pemahaman keuangan yang baik cenderung lebih rasional dalam mengelola pengeluaran dan menghindari perilaku konsumsi berlebihan. Namun demikian, ketidaksignifikanan hasil ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif tidak hanya dipengaruhi oleh tingkat *Financial literacy*, tetapi juga oleh faktor lain seperti gaya hidup, pengaruh sosial, dan kontrol diri, sehingga *financial literacy* belum menjadi faktor utama dalam menentukan perilaku konsumsi pada Generasi Z dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh silvi lediestiani (2025) dengan judul “ pengaruh *financial literacy* dan *financial attitude* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (studi kasus mahasiswa universitas bandar lampung)”. Hasil penelitian menunjukkan nilai t hitung kecil t tabel ($-0,896 < 1,994$) dan nilai signifikansi besar dari $0,05$ ($0,373 > 0,05$).

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh paylater dan *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif gen z di kabupaten pangkep maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut: Paylater berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada Generasi Z, yang menunjukkan bahwa penggunaan paylater cenderung menurunkan perilaku konsumtif karena adanya pertimbangan rasional dan kontrol diri dalam penggunaannya. *Financial literacy* berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif pada Generasi Z, yang berarti meskipun *Financial literacy* w dapat menekan perilaku konsumtif, pengaruhnya belum cukup kuat secara statistik dan belum menjadi faktor utama dalam penelitian ini.

Referensi

- [1] K. P. Restike, D. Prasasti, D. I. Fitriani, and M. K. Ciptani, “Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Pembelian Impulsif, Dan Gaya Hidup Terhadap Penggunaan Shopee Paylater Gen Z Karina Putri Restike¹, Dinar Prasasti², Desfi Intan Fitriani³, Monika Kussetya Ciptani⁴,” 2024.
- [2] R. Sari, “Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia,” *J. Ris. Bisnis dan Investasi*, vol. 7, no. 1, pp. 44–57, 2021, doi: 10.35313/jrbi.v7i1.2058.
- [3] W. Waluyo, Y. A. Nurohman, and R. S. Qurniawati, “Buy Now, Pay Later: Apakah Paylater Mempengaruhi Pembelian Impulsif Generasi Muda Muslim?,” *Among Makarti*, vol. 15, no. 3, 2022.
- [4] K. F. Nikolaus, A. Setiawan, and H. Djajadikerta, “Pengaruh Penggunaan Metode Pembayaran Pay Later dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif oleh Pengguna E-Commerce Generasi Z di Indonesia,” *Innov. J. Soc. Sci. Res.*, vol. 4, no. 3, pp. 11274–11289, 2024.
- [5] M. Batubara, M. Putri, and M. R. A. Hrp, “Pengaruh penggunaan paylater terhadap perilaku impulse buying pengguna e-commerce Shopee (Studi kasus pada mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara),” *J. Masharif Al-Syariah J. Ekon. Dan Perbank. Syariah*, vol. 9, no. 1, 2024.
- [6] H. D. Anjani, I. Setiawati, and R. Meiriyanti, “Faktor Penggunaan Payment Later E-Commerce Pada Pengguna Payment Later Di Kota Rembang,” *JAMBURA J. Ilm. Manaj. dan Bisnis*, vol. 8, no. 1, pp. 365–373, 2025.
- [7] L. A. Nursinta and M. W. Widodo, “Pemahaman Literasi Keuangan Dalam Penggunaan Pinjaman Online Pada E-Commerce Shopee Paylater,” in *Prosiding Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi*, 2022, pp. 332–340.
- [8] R. Khaerunisa, R. Fanther, and D. Sukardi, “Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna

- Shopee Paylater Pada Generasi Z (Studi Kasus pada Mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon),” *J. Akunt. Dan Bisnis*, vol. 10, no. 01, pp. 57–67, 2024.
- [9] S. D. Lestari and H. Haris, “Pengaruh sosial, gaya hidup, dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif pembelian melalui Shopee Paylater pada mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta,” *J. Masharif Al-Syariah J. Ekon. Dan Perbank. Syariah*, vol. 9, no. 1, 2024.
- [10] F. Urai Deby Tri, “Pengaruh literasi keuangan, promosi, dan hedonisme terhadap penggunaan paylater pada ibu rumah tangga di Kota Pontianak,” 2025, *Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim*.
- [11] M. M. Ali, T. Hariyati, M. Y. Pratiwi, and S. Afifah, “Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Penerapan Nya Dalam Penelitian”.
- [12] M. Mardhiyah, N. A. Dinilhaq, Y. Amelia, A. Arini, R. Hidayatullah, and H. Harmonedi, “Populasi dan sampel dalam penelitian pendidikan: Memahami perbedaan, implikasi, dan strategi pemilihan yang tepat,” *Katalis Pendidik. J. Ilmu Pendidik. Dan Mat.*, vol. 2, no. 2, pp. 208–218, 2025.
- [13] A. Maulana, “Analisis Validitas, reliabilitas, dan kelayakan instrumen penilaian rasa percaya diri siswa,” *J. Kualita Pendidik.*, vol. 3, no. 3, pp. 133–139, 2022.
- [14] M. M. Sanaky, “Analisis faktor-faktor keterlambatan pada proyek pembangunan gedung asrama MAN 1 Tulehu Maluku Tengah,” *J. simetrik*, vol. 11, no. 1, pp. 432–439, 2021.
- [15] A. U. Nisha, “PEMAHAMAN LITERASI KEUANGAN DALAM PENGGUNAAN JASA PAYLATER PADA E-COMMERCE DI INDONESIA (STUDI KASUS MAHASISWA POLITEKNIK HARAPAN BERSAMA),” 2023, *Politeknik Harapan Bersama*.
- [16] T. Ratnaningrum, R. Dewi, B. Karnain, H. T. Santoso, and A. D. GS, “Pengaruh Belanja Online dan Fitur Paylater Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Di Kota Surabaya,” *J. Mhs. Manaj. dan Akunt.*, vol. 3, no. 2, pp. 91–106, 2024.
- [17] S. B. Utomo, H. Hamka, B. Burhanuddin, D. Yuliantina, and M. Munizu, “Pengaruh literasi keuangan, penggunaan Shopee PayLater dan life style terhadap perilaku konsumtif mahasiswa,” *J. Ilm. Edunomika*, vol. 8, no. 2, 2024.