



VOLUME 1 NOMOR 6 TAHUN 2024

Diterima: 10 Desember 2024

Direvisi: 23 Desember 2024

Disetujui: 29 Desember 2024

The Influence of Financial Literacy on Gen Z's Lifestyle in Using ShopeePayLater

Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Gaya Hidup Gen Z Dalam Penggunaan ShopeePayLater

Queenanda Bintang Az Zahra¹, Febrianti Ayu Lestari²

Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya^{1,2}

Emai: queenanda.23081@mhs.unesa.ac.id¹, febrianti.23095@mhs.unesa.ac.id²

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of lifestyle and financial literacy on the use of ShopeePayLater among Gen Z. Gen Z is known as a generation that is familiar with technology and often uses digital platforms for various activities, including financial transactions. Using quantitative methods, this study collected data through questionnaires distributed digitally using Google Form to 30-50 respondents who are part of the Gen Z population. The data analysis techniques used were descriptive and inferential statistical analysis to identify the relationship between lifestyle, financial literacy, and the use of ShopeePayLater. The results showed that Gen Z's lifestyle has a significant influence on their decision to use ShopeePayLater, where factors such as convenience, flexibility, and online shopping habits are the main drivers. In contrast, financial literacy was not shown to have a significant effect on the decision to use ShopeePayLater, indicating that although financial literacy is important, it is not a major factor in the adoption of this service. This indicates that the decision to use ShopeePayLater is more driven by habits and preferences for a practical and digital lifestyle. This research provides valuable insights for fintech service providers and business players to design more effective marketing strategies by considering the characteristics and habits of Gen Z in using digital services, and emphasizes the importance of developing features that suit the needs of this generation.

Keywords: *Financial Literacy, Lifestyle, Gen Z, ShopeePayLater*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap penggunaan ShopeePayLater di kalangan Gen Z. Gen Z dikenal sebagai generasi yang akrab dengan teknologi dan sering menggunakan platform digital untuk berbagai aktivitas, termasuk transaksi keuangan. Dengan menggunakan metode kuantitatif, penelitian ini mengumpulkan data melalui kuesioner yang disebarluaskan secara digital menggunakan Google Form kepada 30-50 responden yang merupakan bagian dari populasi Gen Z. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif dan inferensial untuk mengidentifikasi hubungan antara gaya hidup, literasi keuangan, dan penggunaan ShopeePayLater. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup Gen Z memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan mereka dalam menggunakan ShopeePayLater, dimana faktor-faktor seperti kenyamanan, fleksibilitas, dan kebiasaan belanja online menjadi pendorong utama. Sebaliknya, literasi keuangan tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan ShopeePayLater, yang menunjukkan bahwa meskipun pemahaman keuangan penting, namun tidak menjadi faktor utama dalam adopsi layanan ini. Hal ini menandakan bahwa keputusan penggunaan ShopeePayLater lebih didorong oleh



kebiasaan dan preferensi gaya hidup yang praktis dan serba digital. Penelitian ini memberikan wawasan yang berharga bagi penyedia layanan fintech dan pelaku bisnis untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dengan mempertimbangkan karakteristik dan kebiasaan Gen Z dalam menggunakan layanan digital, serta menekankan pentingnya pengembangan fitur yang sesuai dengan kebutuhan generasi ini.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Gen Z, ShopeePayLater

PENDAHULUAN

Di era digital ini, layanan pinjaman online menawarkan kemudahan akses, namun sering kali disertai dengan bunga tinggi yang dapat membebani keuangan individu. Setiap individu diharapkan memiliki pemahaman dasar tentang keuangan, mungkin masih kurang memahami implikasi dari utang tersebut, sehingga mereka berisiko menghadapi masalah finansial yang serius. Hasil survei kolaborasi Kredivo bersama Katadata Insight Center (KIC) menunjukkan, pengguna Paylater dalam negeri didominasi oleh generasi milenial dan gen Z, 26,5% pengguna dari kalangan gen Z atau kelompok usia 18-25 tahun. Semenjak tahun 1990 hingga tahun 2000, peradaban manusia telah memasuki era digital. Era digital merupakan periode waktu saat teknologi digital menjadi lebih dominan dalam keseharian manusia. Fenomena ini dapat dilihat dari perkembangan teknologi yang semakin pesat, salah satunya adalah tingkat penetrasi internet di Indonesia (Rum & Paramitalaksmi, 2024). Dengan meningkatkan literasi keuangan, dapat lebih bijak dalam mengambil keputusan terkait pinjaman, mengelola anggaran, dan merencanakan pembayaran utang.

Urgensi penelitian ini muncul dari fenomena tingginya layanan pembayaran cicilan, seperti ShopeePayLater di kalangan generasi Z yang dikenal sebagai pengguna aktif platform digital. Meskipun menawarkan kemudahan, penggunaan fitur ini tanpa pemahaman literasi keuangan yang baik dapat berpotensi menimbulkan masalah keuangan jangka panjang, seperti utang yang tidak terencana (Lusardi, A., & Mitchell, O. S. 2014). Dalam konteks ini, penting untuk memahami bagaimana literasi keuangan memengaruhi keputusan dan gaya hidup Gen Z dalam bertransaksi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang hubungan antara pengetahuan keuangan dan perilaku konsumsi, serta menyoroti kebutuhan akan pendidikan keuangan yang lebih baik.

Pemahaman tentang keuangan diantaranya meliputi keahlian seseorang untuk melihat pilihan keuangan, masalah keuangan, mendiskusikan uang dan melakukan perencanaan di masa yang akan datang (Astini & Gede, 2022). Media pencapaian tujuan tersebut dapat melalui tabungan, investasi, atau pengalokasian dana. Dengan pengelolaan keuangan yang baik maka tidak akan terjebak pada perilaku berkeinginan yang tidak terbatas (Waluyo & Marlina, 2019). (Margaretha & Pambudhi, 2015) mendefinisikan literasi keuangan sebagai sebuah kemampuan pengambilan keputusan dalam pengaturan keuangan bagi individu agar terhindar akan masalah keuangan. (Zhu et al 2023) menyatakan bahwa perkembangan teknologi juga mengubah aktivitas bisnis secara menyeluruh dan khusus, cara-cara baru dalam pengoperasian dan pengelolaan perusahaan telah muncul e-commerce dan layanan informasi telah muncul sebagai sektor penting dalam perekonomian modern.

Hadirnya e-commerce telah membuat perubahan pada perilaku konsumen yang semula hanya berbelanja secara offline dengan datang langsung ke pusat perbelanjaan, pasar, maupun toko itu sendiri sekarang dapat dengan mudah dilakukan secara online di rumah. Saat ini penggunaan fintech semakin diminati, khususnya ketika muncul layanan cicilan tanpa kartu kredit yang dikemas secara menarik dalam bentuk fitur yaitu PayLater. Fitur yang mengusung konsep "Beli sekarang, bayar nanti" ini memungkinkan masyarakat untuk menikmati kesempatan menggunakan cicilan kredit tanpa harus memiliki kartu kredit. Sebelumnya kartu kredit adalah sesuatu yang wajib dimiliki sebagai syarat untuk mengajukan pembelian barang dengan skema cicilan. Namun, dalam mengajukan kartu kredit sendiri



prosesnya tidak mudah dan tentunya membutuhkan waktu yang cukup lama untuk pengaktifan kartu. Alhasil, tidak semua orang dapat memiliki kartu kredit dan hanya sebagian orang saja yang dapat menikmati fasilitas cicilan. Berbeda dengan PayLater yang lebih praktis penggunaannya tanpa proses pengajuan yang panjang. (Rahima 2022), berikut adalah indikator yang digunakan untuk mengukur penggunaan spaylater: 1) Lama penggunaan, yaitu seberapa lama seseorang telah menggunakan spaylater. 2) Intensitas, merupakan pemahaman yang diberikan seseorang saat menggunakan spaylater. 3) Durasi, yaitu seberapa lama waktu yang digunakan seseorang dalam menggunakan spaylater sekali waktu. 4) Kemudahan pengoperasian, yaitu apakah fitur spaylater dapat dengan mudah digunakan oleh orang. 5) Kepuasan produk, yaitu kepuasan seseorang terhadap fitur spaylater karena bisa memenuhi kebutuhan seseorang dalam bertransaksi. 6) Desain, yaitu berupa tampilan dari spaylater.

Penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan pentingnya literasi keuangan dalam memengaruhi perilaku keuangan individu, namun terdapat beberapa celah yang perlu diisi oleh penelitian lebih lanjut. Andini dan Putra (2021) menemukan bahwa literasi keuangan yang baik berhubungan positif dengan pengelolaan keuangan yang lebih bijak, tetapi penelitian mereka terbatas pada generasi milenial dan tidak membahas aspek penggunaan platform digital seperti ShopeePayLater, serta pengaruh literasi keuangan terhadap gaya hidup konsumtif. Tan dan Lee (2020) menyoroti kenyamanan dan kemudahan penggunaan aplikasi pembayaran digital seperti ShopeePay sebagai faktor utama adopsi di kalangan Gen Z, namun mereka tidak menjadikan literasi keuangan sebagai variabel utama, sehingga belum membahas bagaimana hal ini memengaruhi pengambilan keputusan finansial dalam pembelian kredit. Sementara itu, Pramudya dan Wulandari (2022) menunjukkan bahwa rendahnya literasi keuangan berkorelasi dengan perilaku konsumtif yang tinggi di kalangan mahasiswa, terutama dalam penggunaan fasilitas pinjaman online tanpa mempertimbangkan dampak jangka panjang. Namun, penelitian mereka hanya berfokus pada populasi mahasiswa, tidak mencakup Gen Z secara lebih luas, dan belum membahas penggunaan aplikasi pinjaman seperti ShopeePayLater secara spesifik.

Penelitian ini hadir dengan dua aspek kebaruan. Pertama, novelty dengan ide orisinal yang menawarkan perspektif baru terhadap topik yang telah ada dengan mengeksplorasi hubungan antara literasi keuangan, penggunaan ShopeePayLater, dan gaya hidup konsumtif di kalangan Gen Z. Kedua, novelty dengan hasil penelitian baru yang memberikan kontribusi signifikan dalam memperluas wawasan literasi keuangan, khususnya terkait keputusan finansial pada platform digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap gaya hidup Gen Z dalam penggunaan ShopeePayLater, mengetahui tingkat literasi keuangan Gen Z dalam penggunaan ShopeePayLater dan mengetahui dampak literasi keuangan pada gaya hidup Gen Z.

KAJIAN TEORI

Literasi keuangan merupakan suatu keterampilan dalam mengambil keputusan keuangan dengan beberapa pertimbangan, dilakukan dengan cara membaca, memahami, mengevaluasi, lalu mengelola, serta bertujuan menjaga kondisi keuangan agar tetap aman, stabil, dan sejahtera. Literasi Keuangan adalah pengetahuan finansial yang mengarah pada pengambilan keputusan yang tepat dengan kemampuan analisis informasi ekonomi dan pengambilan keputusan keuangan yang dilandasi oleh informasi. Literasi keuangan memberikan dampak pada minat belanja pada Gen Z dan berpengaruh dengan perilaku konsumtif (Manurung et al., 2022). Literasi keuangan mengacu pada kemampuan seseorang dalam memahami dan menggunakan berbagai konsep keuangan, seperti perencanaan keuangan, pengelolaan anggaran, investasi, dan penggunaan produk keuangan seperti pinjaman atau layanan pembayaran digital. konsumen dan masyarakat luas. Dari definisi yang diuraikan dapat disimpulkan, literasi keuangan merupakan serangkaian kegiatan dalam



pengetahuan pemahaman konsep keuangan dengan tujuan membuat pilihan keuangan yang efektif dan pengelolaan keuangan (Ni Luh et al., 2021).

Gaya hidup merupakan cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana seseorang menghabiskan waktunya dengan aktivitas yang dianggap penting dalam lingkungannya (Mongisidi et al. 2019). Semakin berjalan waktu semakin tinggi standar gaya hidup terutama untuk generasi muda yang akan berpengaruh pada meningkatnya perilaku konsumtif dalam menggunakan spaylater, pemakaian spaylater digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan menjaga penampilan diri (Anggraeni, 2023). Gaya hidup di sini mengacu pada pola konsumsi dan kebiasaan finansial yang dimiliki oleh individu, termasuk cara mereka berbelanja dan mengelola uang. Ini dapat mencakup sikap terhadap utang, konsumsi barang atau jasa, serta keputusan finansial dalam kehidupan sehari-hari. Pengelolaan keuangan harus ada perencanaan untuk mencapai tujuan, baik tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. Masyarakat akan memiliki taraf hidup yang tinggi menyesuaikan dengan faktor internal dan external yang membudaya. Bila ditinjau dari sudut pandang ekonomi, gaya hidup individu termasuk mengalokasikan waktu dan membelanjakan uangnya dalam perilaku keuangan sehari-harinya (Zarkasyi & Purwanto, 2021).

METODE PENELITIAN

Pada penelitian Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Gaya Hidup Gen Z Dalam Penggunaan ShopeePayLater menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner. Kuesioner untuk penelitian ini menggunakan alat digital yang disebut Google Form. Artinya pertanyaan kuesioner dimasukkan ke dalam Google Form dan kemudian disebar secara digital melalui link atau tautan kepada responden penelitian. Populasi dari penelitian ini adalah Gen Z yang dikenal sebagai pengguna aktif platform digital yang akan diisi oleh kurang lebih 30-50 responden. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen terdiri dari gaya hidup dan literasi keuangan, sedangkan Variabel dependennya yaitu Gen Z sebagai pengguna shopeelater. Variabel-variabel diukur dengan menggunakan kuesioner berupa link Google Form yang disebarluaskan melalui internet seperti sosial media WhatsApp, Twitter dan Instagram kepada Gen Z yang lahir pada tahun 1997-2006.

Dalam penelitian ini, Gaya hidup menjadi variabel independen pertama karena kebiasaan atau pola hidup yang dimiliki oleh Gen Z, seperti kecenderungan untuk berbelanja online atau menggunakan teknologi untuk berbagai transaksi, dapat mempengaruhi sejauh mana mereka memanfaatkan fitur pembayaran seperti ShopeePayLater. Gaya Hidup merujuk pada pola hidup seseorang yang dapat mempengaruhi kebiasaan konsumsi dan keputusan finansial, termasuk kebiasaan dalam membeli produk atau layanan secara online, serta penggunaan sistem pembayaran seperti ShopeePayLater. Literasi keuangan menjadi variabel independen kedua karena tingkat pengetahuan seseorang tentang pengelolaan keuangan bisa mempengaruhi keputusan mereka dalam menggunakan layanan keuangan digital seperti ShopeePayLater. Gen Z dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi mungkin akan lebih bijak dalam menggunakan layanan cicilan atau pinjaman digital. Literasi Keuangan merujuk pada tingkat pengetahuan, keterampilan, dan pemahaman seseorang dalam mengelola keuangan pribadi, termasuk perencanaan keuangan, pengelolaan utang, tabungan, investasi, dan penggunaan produk keuangan lainnya. Variabel dependen pada penelitian ini yaitu Gen Z karena mereka merupakan generasi yang sangat terhubung dengan teknologi dan memiliki kebiasaan berbelanja online yang tinggi, sehingga memahami perilaku mereka dalam penggunaan layanan seperti ShopeePayLater sangat relevan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap keputusan dan kebiasaan Gen Z dalam menggunakan layanan ShopeePayLater. Dengan kata lain, peneliti ingin mengetahui apakah faktor-faktor seperti pengetahuan keuangan dan gaya hidup Gen Z dapat



mempengaruhi seberapa sering atau seberapa besar mereka menggunakan layanan tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Jika r hitung $>$ r table atau $\text{sig} < 0,05$, maka item pernyataan valid

Jika r hitung $<$ r table atau $\text{sig} > 0,05$, maka item pernyataan tidak valid

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r Hitung	R Tabel	Signifikan	α	Keterangan
Gaya Hidup (X1)	X1.1	0,957	0,3610	0,000	0,05	Valid
	X1.2	0,994	0,3610	0,000	0,05	Valid
	X1.3	0,983	0,3610	0,000	0,05	Valid
	X1.4	0,957	0,3610	0,000	0,05	Valid
	X1.5	0,957	0,3610	0,000	0,05	Valid
Literasi Keuangan (X2)	X2.1	0,916	0,3610	0,000	0,05	Valid
	X2.2	0,953	0,3610	0,000	0,05	Valid
	X2.3	0,980	0,3610	0,000	0,05	Valid
	X2.4	0,953	0,3610	0,000	0,05	Valid
	X2.5	0,980	0,3610	0,000	0,05	Valid
Gen Z (Y)	Y1	0,927	0,3610	0,000	0,05	Valid
	Y2	0,958	0,3610	0,000	0,05	Valid
	Y3	0,988	0,3610	0,000	0,05	Valid
	Y4	0,979	0,3610	0,000	0,05	Valid

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua item pernyataan mempunyai nilai r hitung $>$ r table atau $\text{sig} < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan sudah valid

Uji Reliabilitas

Jika nilai cronbach's alpha $>$ 0,60, maka variable reliabel

Jika nilai cronbach's alpha $<$ 0,60, maka variable tidak reliabel

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar	Keterangan
Gaya Hidup(X1)	0,984	0,60	Reliabel
Literasi Keuangan (X2)	0,976	0,60	Reliabel
Gen Z (Y)	0,973	0,60	Reliabel

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variable mempunyai nilai cronbach's alpha $>$ 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variable suda reliabel.

Uji Persamaan Regresi Linear Berganda

Tabel 3. Hasil Uji Persamaan Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients
	B
(Constant)	-0,026
X1	0,625
X2	0,176

- a. Nilai koefisien konstanta sebesar -0,026 dengan nilai negatif. Hal ini dapat diartikan bahwa tanpa adanya variabel gaya hidup (X1), literasi keuangan (X2), variabel Gen Z (Y) akan mengalami penurunan sebesar 2,6%.



- b. Nilai koefisien beta variable gaya hidup (X1) sebesar 0,625, jika nilai variabel lain konstan dan variabel X1 mengalami peningkatan 1%, maka variabel Gen Z (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 62,5%. Begitu pula sebaliknya. Jika nilai variabel lain konstan dan variabel X1 mengalami penurunan 1%, maka variabel Gen Z (Y) akan mengalami penurunan sebesar 62,5%.
- c. Nilai koefisien beta variabel literasi keuangan (X2) sebesar 0,176, jika nilai variabel lain konstan dan variabel X2 mengalami peningkatan 1%, maka variabel Gen Z (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 17,6%. Begitu pula sebaliknya. Jika nilai variabel lain konstan dan variabel X2 mengalami penurunan 1%, maka variabel Gen Z (Y) akan mengalami penurunan sebesar 17,6%. Begitu pula sebaliknya.

Uji F

Jika nilai F hitung > F tabel atau sig < α maka H0 ditolak dan Ha diterima

Jika nilai F hitung < F tabel atau sig > α maka Ha ditolak dan H0 diterima

Tabel 4. Hasil Uji F

Model	Sum Of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	513,833	2	256,941	1242,425	0,000
Residual	5,584	27	0,207		
Total	519,467	29			

Nilai F hitung sebesar 1242,425 > nilai F table yaitu 3,354 dan sig. yaitu 0,000 < 0,05, maka H0 ditolak dan Ha diterima. Artinya variable literasi keuangan dan gaya hidup berpengaruh terhadap Gen Z.

Uji T

Jika nilai T hitung > T tabel atau sig < α maka H0 ditolak dan Ha diterima

Jika nilai T hitung < T tabel atau sig > α maka Ha ditolak dan H0 diterima

Tabel 5. Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-0,026	0,342		-0,077	0,939
X1	0,625	0,093	0,780	6,712	0,000
X2	0,176	0,094	0,217	1,872	0,072

Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebagai berikut:

- a. Nilai t hitung variabel gaya hidup (X1) sebesar 6,712 > nilai t tabel yaitu 2,048 dan nilai sig. yaitu 0,000 < 0,05, maka H0 ditolak dan Ha diterima, artinya variabel gaya hidup berpengaruh terhadap Gen Z.
- b. Nilai t hitung variabel literasi keuangan (X2) sebesar 1,872 < nilai t tabel yaitu 2,048 dan nilai sig. yaitu 0,072 > 0,05, maka Ha ditolak dan Ho diterima, artinya variabel literasi tidak berpengaruh terhadap Gen Z.

Gaya hidup dan Penggunaan ShopeePay Later pada Gen-Z

Hasil uji T menunjukkan bahwa adanya relasi/pengaruh antara gaya hidup terhadap penggunaan ShopeePay later pada Gen-Z. Dapat disimpulkan dari nilai t hitung variabel gaya hidup (X1) sebesar 6,712 > nilai t tabel yaitu 2,048 dan nilai sig. yaitu 0,000 < 0,05, maka H0 ditolak dan Ha diterima, artinya variabel gaya hidup berpengaruh terhadap Gen Z. Hasil tersebut membuktikan bahwa Gaya hidup berpengaruh positif terhadap penggunaan spaylater Gen Z, atau bisa dikatakan bahwa gaya hidup akan mempengaruhi keputusan



seseorang untuk menggunakan ShopeePay Later. (Bisnis et al., 2024) bahwa gaya hidup tidak berpengaruh terhadap penggunaan shopeepay later pada Gen Z. Hal ini dapat diartikan bahwa gaya hidup Generasi Z tidak akan mempengaruhi keputusan untuk menggunakan spaylater.

Literasi Keuangan dan Penggunaan ShopeePay Later pada Gen-Z

Hasil uji T menunjukkan bahwa tidak adanya relasi atau pengaruh antara literasi keuangan terhadap penggunaan ShopeePay later pada Gen-Z. Dapat disimpulkan dari Nilai t hitung variabel literasi keuangan (X_2) sebesar $1,872 < \text{nilai } t \text{ tabel yaitu } 2,048$ dan nilai sig. yaitu $0,672 > 0,05$, maka H_a ditolak dan H_o diterima, artinya variabel literasi tidak berpengaruh terhadap Gen Z. Hasil tersebut membuktikan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh pada keputusan penggunaan ShopeePay Later pada Gen-Z. Tetapi hasil penelitian tidak sejalan dengan (Manajemen & Bisnis, 2023) bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap penggunaan shopeepay later pada Gen Z. Hasil tersebut dapat menunjukkan bahwa semakin baik literasi keuangan mahasiswa maka penggunaan PayLater pada E-Commerce akan semakin meningkat. Jika literasi keuangan mahasiswa rendah maka mahasiswa tidak dapat mengatur keuangannya dengan baik sehingga dapat menyebabkan permasalahan pada keuangannya.

KESIMPULAN

Penelitian ini telah mengungkapkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan ShopeePay Later di kalangan Gen-Z. Hasil analisis menunjukkan bahwa aspek-aspek gaya hidup seperti konsumerisme, preferensi untuk kenyamanan, dan keterbukaan terhadap teknologi secara positif mempengaruhi keputusan Gen-Z untuk menggunakan layanan kredit belanja seperti ShopeePay Later. Hasil penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi penyedia layanan fintech dan pelaku bisnis dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk menarik dan mempertahankan pelanggan dari kelompok Gen-Z. Pemasaran yang menekankan kemudahan, kecepatan, dan keamanan penggunaan layanan seperti ShopeePay Later dapat meningkatkan adopsi dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga menyoroti perlunya edukasi keuangan bagi Gen-Z untuk mengelola penggunaan layanan kredit dengan bijak, menghindari risiko over-consumption, dan menjaga kesehatan keuangan mereka di masa depan. Dengan adanya hasil penelitian ini, maka untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel yang mempengaruhi penggunaan shopee paylater dalam pengujian statistik. Variabel tersebut dapat beragam dan seperti faktor budaya luar, sikap FOMO (fear of missing out) atau kondisi keuangan pribadi Gen

DAFTAR PUSATAKA

- Aftika, S., & Devi, Y. (2022). *Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopeepaylater " Bayar Nanti " Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Uin Raden Intan*. 3(1), 81–100.
- Bisnis, J. A., Akuntansi, J., Bisnis, F., & Cikarang, U. P. (2024). *P-Issn 1412-775x E-Issn 2541-5204*. 22(1), 100–113.
- Diaza, G., & Pratnyawati, T. (2023). *Terhadap Pembelian Impulsive Pada Mahasiswa Uin Malang Jurusan Manajemen 2018-2020*. 24(1), 72–83.
- Fady Ayyasy, M., Reno Kemala Sari, P., & Maradita, F. (2019). Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Untuk Mengontrak Tempat Tinggal (Studi Kasus Mahasiswa Uts Nusantara 2016). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 80–89. <https://doi.org/10.37673/Jmb.V2i2.527>
- Hidajat Sjarief, & Wardhana Wydan Tegar. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Sikap Keuangan terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa. *Journal Of Economics And Business Ubs*, 12(2), 1036–1048.



- Manajemen, J. I., & Bisnis, E. (2023). *Jurnal Ekonomika*45. 10(2).
- Mubarok, S. A., Jenuri, J., & Nurjaman, A. R. (2024). Literasi Finansial Dan Penghindaran Gharar Dalam Pengelolaan Keuangan Mahasiswa. *Value*, 5(1), 1–9. <https://doi.org/10.36490/Value.V5i1.1132>
- Ni Luh, P. K. D., Agus, W. S. G., & Ni Putu, Y. A. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Hedonisme, Dan Pendapatan Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Unmas. *Jurnal Emas*, 2, 74–85.
- Ramdani, M. I., Nurfathonah, A., Indonesia, U. P., Pendidikan, F., Dan, B., & Indonesia, U. P. (2024). *Analisis Perilaku Keuangan Mahasiswa Rantau Program Studi*. 7, 234–242. <https://doi.org/10.37600/Ekbi.V7i1.1286>
- Riyadi, A., Permana, D., Dewanti, A. N., Hidayat, W., & Ibrahim, Z. (2024). *Ijm : Indonesian Journal Of Multidisciplinary Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengetahuan Investasi Syariah Mahasiswa Febi Smh Uin Banten*. 2, 390–398.
- Rum, N. N., & Paramitalaksmi, R. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Pada Minat Penggunaan Shopee Paylater (Spaylater) (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Mercu Buana Yogyakarta Angkatan 2020). *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 3(6), 1019–1026.
- Waluyo, F. I. A., & Marlina, M. A. E. (2019). Keuangan Mahwaluyo, F. I. A., & Marlina, M. A. E. (2019). Keuangan Mahasiswa. *Media Akuntansi Dan Perpajakan Indonesia*, 1(1), 53–74. Asiswa. *Media Akuntansi Dan Perpajakan Indonesia*, 1(1), 53–74.