
Pengaruh Literasi Keuangan Digital Dan Persepsi Kemudahan Dalam Bertransaksi Terhadap Keputusan Penggunaan *Paylater* Pada Generasi Z Di Kota Tangerang

Devinda Nur Syaharani¹, Ratih Hastasari², Wawan Saputra³

Universitas Bina Sarana Informatika^{1,2,3}

BSD Sektor XIV Blok C1/1, Jalan Letnan Sutopo, Serpong, Kota Tangerang Selatan, Banten 15311

Email Korespondensi: devindakuliah22@gmail.com

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan teknologi digital mendorong meningkatnya penggunaan layanan *Paylater* dalam transaksi *e-commerce*, khususnya di kalangan Generasi Z. Kemudahan akses dan fleksibilitas pembayaran yang ditawarkan menjadikan *Paylater* semakin diminati. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Literasi Keuangan Digital dan Persepsi Kemudahan dalam Bertransaksi terhadap Keputusan Penggunaan *Paylater* pada Generasi Z di Kota Tangerang, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Sampel penelitian berjumlah 160 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Literasi Keuangan Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan *Paylater* ($t = 4,463$; $\text{sig.} = 0,000$). Persepsi Kemudahan dalam Bertransaksi juga berpengaruh positif dan signifikan ($t = 3,686$; $\text{sig.} = 0,000$). Secara simultan, kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan *Paylater* ($F = 42,436$; $\text{sig.} = 0,000$) dengan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,343. Dengan demikian, Literasi Keuangan Digital dan Persepsi Kemudahan dalam Bertransaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan *Paylater* pada Generasi Z di Kota Tangerang.

Kata Kunci: Literasi Keuangan Digital; Persepsi Kemudahan dalam Bertransaksi; Keputusan Penggunaan *Paylater*; Generasi Z.

ABSTRACT

The rapid development of digital technology has increased the use of *Paylater* services in *e-commerce* transactions, particularly among Generation Z. The convenience and flexibility offered by *Paylater* have made it increasingly popular. This study aims to analyze the influence of Digital Financial Literacy and Perceived Ease of Transaction on *Paylater* Usage Decisions among Generation Z in Tangerang City, both partially and simultaneously. This study employed a quantitative method with descriptive and verificative approaches. The sample consisted of 160 respondents selected using *purposive sampling*. Data were collected through an online questionnaire and analyzed using multiple linear regression with SPSS version 27. The results indicate that Digital Financial Literacy has a positive and significant effect on *Paylater* Usage Decisions ($t = 4.463$; $\text{sig.} = 0.000$). Perceived Ease of Transaction also has a positive and significant effect on *Paylater* Usage Decisions ($t = 3.686$; $\text{sig.} = 0.000$). Simultaneously, both variables significantly affect *Paylater* Usage Decisions ($F = 42.436$; $\text{sig.} = 0.000$), with an *Adjusted R Square* value of 0,343. Therefore, Digital Financial Literacy and Perceived Ease of Transaction have a positive and significant influence on *Paylater* Usage Decisions among Generation Z in Tangerang City.

Keywords: Digital Financial Literacy; Perception of Ease of Transaction; Decision to Use *Paylater*; Generation Z

1. PENDAHULUAN

Perubahan teknologi sekarang sudah dalam peradaban ekonomi yang tidak hanya berperan dalam meningkatkan efisiensi sistem produksi, tapi juga merubah cara masyarakat berinteraksi dengan keuangan serta merubah pola pikir mereka (Utomo et al., 2025). Digitalisasi ekonomi telah memicu lahirnya berbagai inovasi pembayaran yang praktis dalam ekosistem *e-commerce*, salah satunya adanya *Paylater* yang memberikan kemudahan bagi pengguna untuk melakukan pembelian di awal dan melunasinya di kemudian hari (Wijayanti & Pujangga, 2026). Pertumbuhan teknologi informasi dan digitalisasi kini telah mengalami perubahan fundamental pada berbagai jaringan, mulai dari

sosial, politik, hingga ekonomi. Transformasi digital ini menuntut akan efisiensi di berbagai industri, terutama dalam menciptakan strategi bisnis yang mampu beradaptasi dengan kebutuhan konsumen yang semakin kompleks (Sitepu & Fadila, 2024). Salah satunya pada perubahan paling signifikan terlihat pada lanskap industri perdagangan melalui pertumbuhan platform *e-commerce*, yang mengubah metode transaksi konvensional berbasis fisik menjadi sistem pembayaran berbasis teknologi. Seiring dengan perkembangan teknologi kini semua hal serba instan, muncul inovasi *financial technology (fintech)* berupa layanan *Paylater*. Fitur tersebut menawarkan fleksibilitas dalam melakukan mekanisme pembayaran yang memungkinkan konsumen memperoleh barang atau jasa saat ini dan membayarnya dikemudian hari. Tetapi penelitian yang dilakukan oleh Awal Nopriyanto Bahasoan menunjukkan bahwa fenomena *Paylater* sudah menciptakan sikap akan ketergantungan kredit jangka pendek yang memicu krisis finansial pada usia muda. Budaya yang instan tercipta akibat kemudahan akses kredit sering kali mengabaikan akan prinsip manajemen keuangan yang sehat. Jika hal tersebut tidak dibarengi oleh literasi keuangan digital yang memadai, penggunaan *Paylater* bukan hanya menjadi pendukung ekonomi digital, melainkan akan menjadi ancaman bagi keamanan finansial jangka panjang Generasi Z (Bahasoan et al., 2025). Meskipun penelitian mengenai penggunaan *Paylater* telah banyak dilakukan, kajian ini dilakukan guna mengisi beberapa kesenjangan penelitian yang masih ditemukan. Adanya inkonsistensi hasil mengenai pengaruh persepsi kemudahan, ditemukan dalam penelitian di Solo Raya Akbar, 2023 yang menunjukkan hasil tidak signifikan, menuntut pengujian kembali pada konteks wilayah yang berbeda seperti Kota Tangerang yang memiliki karakteristik masyarakat urban yang lebih dinamis. Selain itu, temuan sebelumnya di Semarang Wahyu Budi Utomo, 2024 mengungkapkan jika literasi keuangan hanya memiliki kontribusi yang sangat kecil dalam menjelaskan perilaku pengguna, sehingga penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengintegrasikan variabel Literasi Keuangan secara Digital yang juga sempat dibahas dalam konteks mahasiswa secara umum namun belum dikaitkan dengan faktor kemudahan di wilayah tertentu (Susilowati et al., 2025). Dengan memfokuskan subjek pada Generasi Z di Kota Tangerang, penelitian ini diharapkan bisa memberi gambaran mengenai bagaimana interaksi antara kemahiran digital dan persepsi kemudahan teknologi mempengaruhi keputusan finansial di wilayah satelit industri, sekaligus membedakannya dari penelitian terdahulu yang mayoritas masih menggunakan subjek mahasiswa secara terbatas.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Berdasarkan *Organisation for Economic Co-operation and Development* dalam penelitian (Nisa, 2024) Literasi keuangan digital dapat dipahami sebagaimana kemampuan seseorang untuk menggunakan teknologi keuangan secara tepat, mulai dari memahami fitur layanan digital hingga mengelola transaksi dan pengambilan keputusan keuangan secara bertanggung jawab. Literasi keuangan digital dapat diartikan sesuatu seperti kolaborasi pengetahuan dengan keterampilan dan keyakinan yang dimiliki oleh seseorang dalam penggunaan berbagai jenis layanan keuangan digital secara aman dan bertanggungjawab guna menghasilkan keputusan keuangan yang lebih baik (Setyarini, 2023). Prasad dalam penelitian (Nisa, 2024) menyatakan bahwa literasi keuangan digital mencakup pemahaman individu terhadap aktivitas keuangan berbasis internet, seperti pembelian secara daring (online shopping) dan pembayaran elektronik melalui berbagai platform digital. Menurut *Organisation for Economic Co-operation and Development* dalam penelitian (Nisa, 2024) literasi keuangan digital dapat diukur melalui tiga indikator, yaitu 1) *Digital Financial Knowledge*, 2) *Digital Financial Behavior*, 3) *Digital Financial Attitude*.

Pada *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989) dalam penelitian (Kurnia et al., 2023) TAM merupakan model yang digunakan untuk menjelaskan penerimaan dan penggunaan teknologi baru. Dalam model tersebut, penggunaan teknologi berkaitan dengan niat perilaku (*behavior intention*) dan perilaku penggunaan (*use behavior*). Salah satu konsep utama dalam TAM menurut Yefni dalam penelitian (Susetyo, 2023) adalah persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), yaitu keyakinan bahwa suatu sistem dapat digunakan dengan mudah dan memberikan kenyamanan bagi penggunanya. Dalam konteks transaksi digital, kemudahan berkaitan dengan pengalaman pengguna dalam melakukan pembayaran secara praktis dan cepat melalui teknologi digital. Pengalaman transaksi yang lancar menjadi salah satu hal yang penting bagi pengguna dalam menggunakan layanan digital (Sasabone et al., 2023). Kemudahan dalam menggunakan layanan transaksi digital juga dapat mengurangi pertimbangan pengguna sebelum mengambil keputusan penggunaan layanan (Salsabilla, 2026). Dengan demikian, persepsi kemudahan dalam bertransaksi dalam penelitian ini mengacu pada keyakinan pengguna bahwa layanan *Paylater* dapat dipelajari, dipahami, dan digunakan dengan mudah dalam melakukan transaksi. Menurut Davis dan Venkatesh dalam penelitian (Kurnia et al., 2023) Kemudahan dalam Bertransaksi dapat diukur melalui empat indikator utama, yaitu 1) *Easy to learn*, 2) *Easy to understand*, 3) *Effortless*, 4) *Easy to use*.

Keputusan penggunaan merupakan sebuah proses pengambilan keputusan yang dilakukan individu dengan menggunakan berbagai informasi, pertimbangan dan alternatif sebelum menentukan pilihan terhadap suatu layanan. Peter Olson dalam (Edi Setiawan, 2023) menjelaskan bahwa keputusan penggunaan merupakan proses pengambilan keputusan yang terintegrasi, yaitu individu mengombinasikan informasi dan melakukan evaluasi terhadap beberapa

alternatif sebelum menetapkan pilihan penggunaan suatu layanan. Sejalan dengan hal tersebut, Kotler dalam (Akbar, 2023) menjelaskan bahwa keputusan pembelian merupakan serangkaian tahapan pemecahan masalah yang dimulai dari mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan, mengumpulkan informasi, mengevaluasi alternatif, hingga menentukan pilihan terhadap produk atau layanan. Jika dalam konteks teknologi, Davis dalam (Prasetyani et al., 2024) menjelaskan bahwa niat penggunaan (*intention to use*) mencerminkan keinginan pengguna untuk menggunakan teknologi baru atau menggunakan kembali teknologi yang telah digunakan karena dianggap mampu memenuhi kebutuhan mereka. Pada layanan *Buy Now, Pay Later* (BNPL), keputusan penggunaan juga berkaitan dengan berbagai pertimbangan pengguna sebelum menggunakan layanan tersebut. Menurut Kotler dalam penelitian (Edi Setiawan, 2023) keputusan penggunaan dapat diukur melalui lima indikator utama, yaitu 1) Pemilihan produk, 2) Pemilihan merek, 3) Pemilihan saluran pembelian, 4) Penentuan waktu pembelian, 5) Jumlah pembelian.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

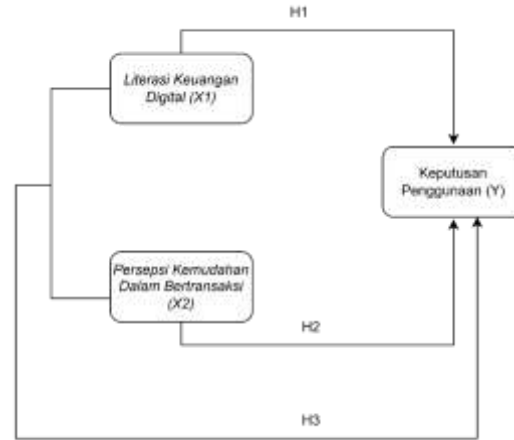
No	Peneliti	Judul	Objek	Hasil
1	(Siswanti, 2023)	Pengaruh Literasi Keuangan Digital Dan Sosial Ekonomi Terhadap Pemanfaatan <i>Digital Payment</i> Dengan Budaya Sebagai Variabel Moderating	<i>Digital Payment</i>	Literasi keuangan digital secara langsung berpengaruh terhadap penggunaan digital payment
2	(Robaniyah, Latifah; Kurnianingsih, 2021)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Ovo	OVO	Kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi OVO.
3	(Prayusi & Ingriyani, 2023)	Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Shopee <i>Paylater</i> (Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Jakarta)	Shopee <i>Paylater</i>	Literasi keuangan digital dan persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan shopee <i>Paylater</i> . Namun, literasi keuangan digital berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan shopee <i>Paylater</i> . Sedangkan persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang positif terhadap minat menggunakan shopee <i>Paylater</i> .
4	(Bella & Setiawan, 2023)	Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial <i>Technology</i> (<i>Fintech</i>) Di Desa Karang Baru Kabupaten Banyuasin	<i>Fintech</i>	Kemudahan penggunaan tidak memiliki pengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan <i>financial technology</i>
5	(Kristanto, 2025)	Pengaruh Promosi, Kemudahan Transaksi dan Kepercayaan Pada Pengguna Shopee <i>Paylater</i> Terhadap Keputusan Pembelian.	Shopee <i>Paylater</i>	Kemudahan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian menggunakan shopee <i>Paylater</i>
6	(Susilowati et al., 2025)	Pengaruh Literasi Keuangan Digital dan Gaya Hidup terhadap Keputusan dalam Menggunakan <i>Paylater</i> pada Mahasiswa.	<i>Paylater</i>	Literasi keuangan digital berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan <i>Paylater</i>
7	(Setyarini, 2023)	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Digital Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS pada Generasi Muda.	QRIS	Persepsi kemudahan dan literasi keuangan digital berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan QRIS.

Sumber: (Syaharani, 2026)

Kebaruan studi ini terletak pada sejumlah aspek yang membedakannya dari penelitian terdahulu, mencakup perbedaan pada objek dan lokasi kajian, profil responden, komposisi variabel yang digunakan, serta temuan yang

masi ditemukan pada studi-studi sebelumnya. Secara spesifik kajian ini akan berfokuskan pada pengaruh literasi keuangan digital terhadap keputusan penggunaan *Paylater* serta apakah kemudahan dalam bertransaksi akan mempengaruhi keputusan penggunaan *Paylater* pada generasi z di kota tangerang.

Adapun kerangka berpikir dalam penelitian ini untuk menggabungkan antara dua variabel independen dan satu variabel dependen yaitu Literasi Keuangan Digital (X1), Kemudahan dalam Bertransaksi (X2), Keputusan Penggunaan (Y).



Sumber: (Syaharani, 2026)
Gambar 1. Kerangka Berpikir

Dengan mengacu pada kerangka penelitian yang telah dibangun, hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. H01 : Literasi Keuangan Digital tidak berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan *Paylater* pada Generasi Z di Kota Tangerang
H1 : Literasi Keuangan Digital berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan *Paylater* pada Generasi Z di Kota Tangerang
2. H02 : Persepsi Kemudahan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan *Paylater* pada Generasi Z di Kota Tangerang
H2 : Persepsi Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan *Paylater* pada Generasi Z di Kota Tangerang
3. H03 : Literasi Keuangan Digital dan Persepsi Kemudahan secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan *Paylater* pada Generasi Z di Kota Tangerang.
H3 : Literasi Keuangan Digital dan Persepsi Kemudahan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan *Paylater* pada Generasi Z di Kota Tangerang.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan digital dan persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan *Paylater*. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara daring via Google Forms yang didistribusikan melalui media sosial dan WhatsApp, serta didukung oleh data sekunder berupa studi dokumentasi kebijakan platform, laporan statistik *fintech*, dan regulasi terkait. Pengamatan (observasi) juga dilakukan sebagai instrumen pendukung untuk melihat gambaran nyata pola perilaku konsumsi digital Generasi Z. Pemilihan Kota Tangerang sebagai lokasi penelitian didasari oleh tingginya penetrasi transaksi digital serta aktivitas ekonomi Generasi Z yang masif di wilayah urban ini. Populasi dalam penelitian ini bersifat *unknown population* (tidak diketahui jumlah pastinya), yang berfokus pada Generasi Z pengguna layanan *Paylater* di Kota Tangerang dengan beragam latar belakang demografis (usia, jenis kelamin, pekerjaan, lama penggunaan, pengeluaran per bulan, dan platform yang digunakan).

Teknik pengambilan sampel yang diterapkan adalah non-probability sampling dengan pendekatan *purposive sampling*. Kriteria khusus yang ditetapkan untuk responden adalah Generasi Z yang berdomisili di Kota Tangerang dan telah atau sedang menggunakan layanan *Paylater* dalam rentang waktu 3 bulan terakhir. Penentuan ukuran sampel mengacu pada teori Hair, 2019 di mana jumlah sampel ditentukan berdasarkan rasio 5 hingga 10 kali jumlah indikator penelitian ($n = k \times 5$ hingga 10). Dengan 12 indikator penelitian, rentang sampel minimum yang direkomendasikan adalah 60 hingga 120 responden. Pada proses pengumpulan data lapangan, diperoleh total akhir sebanyak 160 responden yang memenuhi kriteria, sehingga jumlah sampel ini dinyatakan sangat layak dan melebihi

ambang batas kecukupan untuk dianalisis lebih lanjut. Pengukuran variabel instrumen kuesioner menggunakan Skala Likert 5 poin (Jr et al., 2019). Keseluruhan data yang terhimpun diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 27 melalui tiga prosedur analisis yang berurutan. Pertama, pemeriksaan kualitas instrumen melalui uji validitas dan reliabilitas guna memastikan alat ukur yang digunakan sah dan andal. Kedua, verifikasi asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, heteroskedastisitas, multikolinieritas, dan regresi linier berganda untuk membuktikan bahwa model regresi mampu merepresentasikan hubungan antar variabel secara tepat. Ketiga, pengujian hipotesis melalui uji T, uji F, koefisien determinasi parsial dan simultan, sebagai pijakan ilmiah dalam menetapkan apakah hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak secara objektif.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Melalui teknik *purposive sampling*, dengan 160 Generasi Z yang berdomisili di Kota Tangerang dan menggunakan layanan *Paylater* dipilih sebagai sampel penelitian. Pengumpulan data dilakukan secara daring menggunakan instrumen kuesioner yang disebarakan kepada responden sesuai dengan kriteria penelitian. Penelitian ini berfokus pada pengujian pengaruh Literasi Keuangan Digital (X1) dan Persepsi Kemudahan dalam Bertransaksi (X2) sebagai variabel independen terhadap Keputusan Penggunaan *Paylater* (Y) sebagai variabel dependen pada Generasi Z di Kota Tangerang.

4.1. Deskripsi Data

4.1.1 Karakteristik Responden

Tabel 2. Karakteristik Responden (n = 160)

Karakteristik	Keterangan	Jumlah	Persentase
Usia	17-20 tahun	12	7,5%
	21-24 tahun	116	72,5%
	25-29 tahun	32	20%
Jenis Kelamin	Laki-Laki	57	35,6%
	Perempuan	103	64,4%
Pekerjaan	Pelajar atau Mahasiswa	93	58,13%
	Karyawan	57	35,63%
	Belum Bekerja	6	3,75%
	Wirausaha	4	2,50%
Waktu Penggunaan	3 bulan	66	41,25%
	4 bulan	49	30,63%
	Lebih 4 bulan	45	28,12%
Pengeluaran per-bulan	Kurang Rp 500.000	50	31,25%
	Rp 500.000 - Rp 2.000.000	69	43,13%
	Rp 2.000.000 - Rp 4.000.000	35	21,88%
	Lebih Rp 4.000.000	6	3,75%
Platform <i>Paylater</i>	<i>SPaylater</i>	117	73,13%
	GoPay Later	25	15,63%
	Kredivo atau Akulaku	16	10%
	TikTok <i>Paylater</i>	2	1,25%
Jumlah		100	100%

Sumber: (Syaharani, 2026)

Data karakteristik responden pada penelitian ini memperlihatkan bahwa dari 160 responden yang dilibatkan, dominasi terlihat pada beberapa aspek. Dari sisi jenis kelamin, responden perempuan lebih banyak yaitu 103 orang (64,4%) dibandingkan laki-laki sebanyak 57 orang (35,6%). Berdasarkan usia, kelompok 21–24 tahun menjadi yang paling dominan dengan 116 orang (72,5%), disusul usia 25–27 tahun sebanyak 32 orang (20%), dan usia 17–20 tahun sebanyak 12 orang (7,5%). Ditinjau dari pekerjaan, pelajar/mahasiswa mendominasi dengan 93 orang (58,13%), diikuti karyawan 57 orang (35,63%), belum bekerja 6 orang (3,75%), dan wirausaha 4 orang (2,50%). Berdasarkan lama penggunaan *Paylater*, mayoritas telah menggunakan selama 3 bulan sebanyak 66 orang (41,25%). Dari aspek pengeluaran bulanan, kelompok Rp500.000–Rp2.000.000 menjadi yang terbanyak dengan 69 orang (43,13%). Sementara itu, berdasarkan layanan yang digunakan, *SPaylater* mendominasi dengan 117 orang (73,13%), diikuti GoPay Later 25 orang (15,63%), Kredivo/Akulaku 16 orang (10%), dan TikTok *Paylater* 2 orang (1,25%).

4.1.2 Karakteristik Jawaban Responden

Tabel 3. Karakteristik jawaban responden Literasi Keuangan Digital (X1)

Kode Item	Pernyataan	Mean	Kategori
X1.1	Memahami mekanisme bunga dan denda keterlambatan secara akurat	4,11	Baik
X1.2	Mampu menghitung estimasi angsuran bulanan secara sendiri	4,19	Baik
X1.3	Saya melunasi tagihan <i>Paylater</i> sebelum jatuh tempo	4,43	Sangat Baik
X1.4	Memiliki kemampuan memantau riwayat transaksi <i>Paylater</i>	4,14	Baik
X1.5	Saya membandingkan harga barang di toko lain sebelum membelinya menggunakan <i>Paylater</i>	4,26	Sangat Baik
X1.6	Memprioritaskan penggunaan <i>Paylater</i> untuk kebutuhan mendesak	4,16	Baik
X1.7	Saya merasa bertanggung jawab penuh atas segala risiko dari penggunaan <i>Paylater</i>	4,32	Sangat Baik
Mean		4,23	Sangat Baik

Sumber: (Syaharani, 2026)

Berdasarkan tabel 3 menemukan bahwa variabel Literasi Keuangan Digital memperlihatkan nilai rata-rata 4,23 nilai ini termasuk dalam kategori sangat baik, hal ini semakin memperlihatkan bahwa tingkat literasi keuangan digital pada Generasi di Kota Tangerang sangat baik. Item tertinggi ialah X1.3 memperlihatkan nilai 4,43 dengan kategori sangat baik, sementara nilai item terendah ialah X1.1 memperlihatkan nilai 4,11 dengan kategori baik. Maka dari itu literasi keuangan digital pada Generasi Z di Kota Tangerang dapat dikatakan sudah berada pada taraf yang sangat baik. Responden terbukti memiliki pemahaman yang sangat tinggi terkait aspek keamanan serta operasional transaksi digital. Meskipun demikian, pemahaman dasar atau aspek konseptual awal masih menjadi variabel dengan capaian relatif terendah. Kondisi ini mengindikasikan bahwa meskipun secara umum kemampuan finansial digital mereka sangat memadai, peningkatan edukasi mengenai pemahaman mendasar tetap perlu diperhatikan guna mengoptimalkan keputusan finansial secara menyeluruh.

Tabel 4. Karakteristik jawaban responden Persepsi Kemudahan dalam Bertransaksi (X2)

Kode Item	Pernyataan	Mean	Kategori
X2.1	Dapat mempelajari cara bertransaksi menggunakan <i>Paylater</i>	4,07	Baik
X2.2	Langkah-langkah penggunaan <i>Paylater</i> mudah dipelajari sejak penggunaan pertama	3,95	Baik
X2.3	Instruksi dan menu yang ada diaplikasi <i>Paylater</i> sangat mudah dipahami	4,03	Baik
X2.4	Informasi yang tersedia pada aplikasi <i>Paylater</i> disampaikan dengan jelas	4,14	Baik
X2.5	Petunjuk penggunaan <i>Paylater</i> tidak membingungkan bagi pengguna baru	3,88	Baik
X2.6	Transaksi menggunakan <i>Paylater</i> terasa sangat praktis, dan cepat	4,16	Baik
X2.7	Proses transaksi menggunakan <i>Paylater</i> tidak memerlukan usaha yang rumit	4,13	Baik
X2.8	Pengoperasian layanan <i>Paylater</i> sangat mudah dilakukan	4,26	Sangat Baik
X2.9	Sistem pembayaran <i>Paylater</i> mudah digunakan kapan saja jika diperlukan	4,34	Sangat Baik
Mean		4,11	Baik

Sumber: (Syaharani, 2026)

Berdasarkan Tabel 4, ditemukan bahwa variabel Persepsi Kemudahan dalam Bertransaksi memperlihatkan nilai rata-rata 4,11 yang termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa Generasi Z di Kota Tangerang merasa

layanan transaksi digital sangat mudah untuk digunakan. Item tertinggi ialah X2.9 yang memperlihatkan nilai 4,34 dengan kategori sangat baik, sementara nilai item terendah ialah X2.5 yang memperlihatkan nilai 3,88 dengan kategori baik. Maka dari itu, persepsi kemudahan dalam bertransaksi pada Generasi Z di Kota Tangerang secara umum sudah tergolong sangat memadai. Responden merasakan kepraktisan dan kenyamanan yang tinggi pada indikator utama transaksi digital. Meskipun demikian, aspek kemudahan tertentu masih menjadi variabel dengan capaian relatif terendah. Kondisi ini mengindikasikan bahwa walaupun secara umum sistem pembayaran digital dinilai praktis dan tidak rumit, optimalisasi alur atau fitur transaksi yang dinilai masih cukup kompleks tetap perlu ditingkatkan guna memaksimalkan kenyamanan pengguna secara menyeluruh.

Tabel 5. Karakteristik jawaban responden Keputusan Penggunaan (Y)

Kode Item	Pernyataan	Mean	Kategori
Y1	Saya memilih menggunakan <i>Paylater</i> karena fitur ini sesuai dengan kebutuhan transaksi saya saat ini	4,06	Baik
Y2	Memilih aplikasi <i>Paylater</i> berdasarkan aspek keamanan dan legalitas layanan	4,08	Baik
Y3	Saya memutuskan menggunakan <i>Paylater</i> pada platform/e-commerce yang sering saya gunakan sehari-hari	4,03	Baik
Y4	Saya menggunakan limit <i>Paylater</i> pada waktu yang saya anggap tepat	4,27	Sangat Baik
Y5	Saya menggunakan <i>Paylater</i> ketika kondisi keuangan tidak memungkinkan untuk melakukan pembayaran secara langsung.	4,26	Sangat Baik
Y6	Saya memutuskan jumlah pinjaman yang digunakan sesuai dengan nominal barang yang saya beli	4,27	Sangat Baik
Y7	Saya menggunakan <i>Paylater</i> untuk beberapa transaksi dalam satu waktu.	3,86	Baik
Mean		4,12	Baik

Sumber: (Syaharani, 2026)

Berdasarkan tabel 5, ditemukan bahwa variabel Keputusan Penggunaan memperlihatkan nilai rata-rata 4,12 yang termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa Generasi Z di Kota Tangerang memiliki tingkat keputusan yang kuat dalam memanfaatkan layanan *Paylater*. Item tertinggi ialah Y4 dan Y6 yang memperlihatkan nilai 4,27 dengan kategori sangat baik, sementara nilai item terendah ialah Y7 yang memperlihatkan nilai 3,86 dengan kategori baik. Maka dari itu, keputusan penggunaan *Paylater* pada Generasi Z di Kota Tangerang secara umum sudah tergolong tinggi. Responden terbukti memiliki pertimbangan serta tindakan yang kuat dalam menentukan penggunaan layanan tersebut. Meskipun demikian, aspek keputusan pada indikator Y7 masih menjadi variabel dengan capaian relatif terendah. Kondisi ini mengindikasikan bahwa walaupun secara umum tindakan pemanfaatan *Paylater* sudah sangat dominan, faktor-faktor tertentu yang tercakup dalam indikator Y7 tetap perlu diperhatikan agar keputusan penggunaan konsumen dapat menjadi lebih optimal.

4.1.3 Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Tabel 6. Uji Validitas

Butir	Rhitung			Rtabel	Keterangan
	Literasi Keuangan Digital (X1)	Persepsi Kemudahan dalam Bertransaksi (X2)	Keputusan Penggunaan <i>Paylater</i> (Y)		
1	0,604	0,627	0,552	0,1552	Valid
2	0,557	0,585	0,532		
3	0,465	0,626	0,549		
4	0,578	0,630	0,550		
5	0,554	0,680	0,604		
6	0,554	0,564	0,542		
7	0,580	0,531	0,589		
8	-	0,579	-		
9	-	0,560	-		

Sumber: (Syaharani, 2026)

Berdasarkan tabel 6 dapat dijelaskan bahwa hasil uji validitas menunjukkan seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan valid. Variabel Literasi Keuangan Digital (X1) menghasilkan nilai r hitung 0,465 hingga 0,604. Lalu, untuk variabel Persepsi Kemudahan dalam Bertransaksi (X2) berkisar 0,531 hingga 0,680 dan variabel keputusan penggunaan (Y) berkisar 0,532 hingga 0,604. Maka dapat dikatakan seluruh instrument pernyataan pada ketiga variabel dinyatakan valid karena sudah memenuhi kriteria validitas.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 7. Uji Reliabilitas

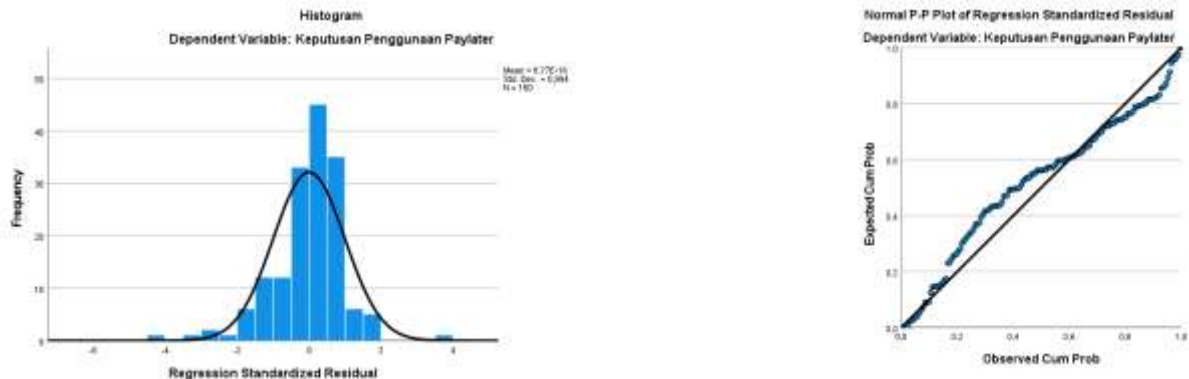
Variabel	Nilai Reliabilitas	Cronbach's Alpha	Keterangan
Literasi Keuangan Digital (X1)	0,619	0,60	Reliabel
Persepsi Kemudahan dalam Bertransaksi (X2)	0,769		
Keputusan Penggunaan <i>Paylater</i> (Y)	0,632		

Sumber: (Syaharani, 2026)

Dengan hasil pada tabel 7 koefisien *Cronbach's Alpha* yang dihasilkan oleh variabel Literasi Keuangan Digital (X1) sebesar 0,619, Persepsi Kemudahan dalam Bertransaksi (X2) sebesar 0,769 dan pada variabel keputusan penggunaan *Paylater* sebesar 0,632. Maka dapat dikatakan seluruhnya melampaui batas minimum 0,60, hal ini dapat mengkonfirmasi bahwa ketiga instrumen tersebut memenuhi kriteria reliabilitas dan layak untuk diuji selanjutnya.

4.1.4 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas



Sumber: (Syaharani, 2026)

Gambar 2. Uji Normalitas (diagram p-plot dan histogram)

Hasil visualisasi pada Gambar 2 memperlihatkan titik residual yang menyebar di sekitar garis diagonal pada Normal P-P Plot, serta bentuk histogram yang menyerupai kurva lonceng simetris. Pola pada kedua grafik ini membuktikan bahwa residual data berdistribusi normal dan layak digunakan dalam analisis regresi.

2. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 8. Uji Glejser

Variabel	Thitung	Sig.	Keterangan
Literasi Keuangan Digital (X1)	-1,338	0,183	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Persepsi Kemudahan dalam Bertransaksi (X2)	-1,110	0,269	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: (Syaharani, 2026)

Dari hasil pada tabel 8, pada hasil uji Glejser memperlihatkan nilai koefisien probabilitas Literasi Keuangan Digital sebesar 0,183 dan Persepsi Kemudahan sebesar 0,269 yang dimana kedua variabel seluruhnya di atas nilai kritis 0,05. Hal ini membuktikan bahwa tidak terlihat atau terjadi heteroskedastisitas dalam model. Dengan demikian, varians residual dinyatakan konstan dan salah satu asumsi dasar regresi linear berganda telah dipenuhi.

3. Uji Multikolinearitas

Tabel 9. Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Literasi Keuangan Digital (X1)	0,630	1,586	Tidak terjadi multikolinieritas
Persepsi Kemudahan dalam Bertransaksi (X2)	0,630	1,586	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: (Syaharani, 2026)

Dari hasil tabel 9, nilai toleransi pada Literasi Keuangan Digital dan Persepsi Kemudahan sebesar 0,630 dimana nilai tersebut telah melampaui nilai kritis 0,1. Sementara, untuk nilai VIF pada keduanya sebesar 1,586 dimana nilai tersebut jauh di bawah batas toleransi 10. Pada kedua indikator ini secara bersamaan dapat membuktikan ketiadaan gejala multikolinearitas di antara variabel bebas dalam model regresi yang digunakan.

4.1.5 Regresi Linear Berganda

Tabel 10. Koefisien Regresi

Variabel	Koefisien Unstandardized B	Sig.
Konstanta	8,754	0,000
Literasi Keuangan Digital (X1)	0,399	0,000
Persepsi Kemudahan dalam Bertransaksi (X2)	0,223	0,000

Sumber: (Syaharani, 2026)

Pada tabel 10 diperoleh hasil analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = 8,754 + 0,399 + 0,223 + e$$

Hasil analisis regresi menunjukkan nilai konstanta sebesar 8,754. Koefisien regresi Literasi Keuangan Digital (X₁) sebesar 0,399 menunjukkan hubungan positif terhadap Keputusan Penggunaan *Paylater* (Y). Artinya, peningkatan Literasi Keuangan Digital diikuti oleh peningkatan Keputusan Penggunaan *Paylater*. Sementara itu, Persepsi Kemudahan dalam Bertransaksi (X₂) memiliki koefisien regresi sebesar 0,223, yang menunjukkan bahwa peningkatan persepsi kemudahan dalam bertransaksi juga diikuti oleh peningkatan Keputusan Penggunaan *Paylater*. Dengan demikian, kedua variabel independen memiliki arah hubungan positif terhadap Keputusan Penggunaan *Paylater*.

4.1.6 Uji Hipotesis

1. Uji T (Parsial)

Tabel 11. Uji T (Parsial)

Variabel	Koefisien B	t hitung	t tabel	Sig.	Keterangan
Literasi Keuangan Digital (X1)	0,399	4,463	1,975	0,000	Signifikan
Persepsi Kemudahan dalam Bertransaksi (X2)	0,223	3,686			Signifikan

Sumber: (Syaharani, 2026)

Tabel 11 memperlihatkan bahwa variabel Literasi Keuangan Digital menghasilkan nilai koefisien t hitung 4,463 yang dimana nilai tersebut lebih besar daripada nilai t tabel 1,975 dengan nilai probabilitas 0,000 dibawah nilai kritis 0,05, sehingga dapat diartikan H01 ditolak dan Ha1 diterima. Hal ini membuktikan bahwa Literasi Keuangan Digital secara individual dapat memberikan dampak yang searah terhadap Keputusan Penggunaan *Paylater*. Sementara itu, variabel Persepsi Kemudahan dalam Bertransaksi menghasilkan nilai koefisien t hitung 3,686 yang dimana nilai tersebut juga lebih besar daripada nilai t tabel 1,975 dengan nilai probabilitas 0,000 dibawah nilai kritis 0,05, sehingga hal tersebut juga dapat diartikan H02 ditolak dan Ha2 diterima. Hal tersebut membuktikan bahwa Persepsi Kemudahan dalam Bertransaksi secara individu juga dapat memberikan dampak yang seara terhadap Keputusan Penggunaan *Paylater*.

2. Uji F (Simultan)

Tabel 12. Uji F (Simultan)

Model	f hitung	f tabel	Sig.	Keterangan
Regression	42,436	3,05	0,000	Signifikan

Sumber: (Syaharani, 2026)

Berdasarkan tabel 12 memperlihatkan nilai F hitung sebesar 42,436 secara substansial nilai tersebut lebih besar dari F tabel 3,05 dengan nilai probabilitas 0,000 lebih kecil dari 0,05. Artinya H_0 ditolak dan H_a diterima hal tersebut membuktikan bahwa Literasi Keuangan Digital dan Persepsi Kemudahan dalam Bertransaksi secara bersama-sama terbukti memberikan dampak yang nyata terhadap Keputusan Penggunaan *Paylater*.

4.1.7 Koefisien Determinasi

1. Koefisien Determinasi Parsial

Tabel 13. Koefisien Determinasi Parsial

Variabel Penelitian	<i>Coefficients Beta X Coefficients Correlation Zero-Order</i>	Hasil	(%)
Literasi Keuangan Digital (X_1)	0,339 X 0,543	0,216644	21,6644%
Kemudahan dalam Bertransaksi (X_2)	0,223 X 0,518	0,115672	11,5672%
Total		0,332316	33,2316% dibulatkan (33,23%)

Sumber: (Syaharani, 2026)

Pada tabel 13 didapatkan hasil koefisien determinasi parsial menunjukkan bahwa Literasi Keuangan Digital (X_1) memberikan kontribusi sebesar 21,66% terhadap Keputusan Penggunaan *Paylater* (Y), sedangkan Persepsi Kemudahan dalam Bertransaksi (X_2) memberikan kontribusi sebesar 11,57%. Jika kedua kontribusi tersebut dijumlahkan, diperoleh nilai sebesar 33,23%, sedangkan 66,77% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

2. Koefisien Determinas Simultan

Tabel 14. Koefisien Determinas Simultan

Model	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the estimate</i>
1	0,592	0,351	0,343	3,01068

Sumber: (Syaharani, 2026)

Pada tabel 14 didapatkan hasil nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,343, Literasi Keuangan Digital dan Persepsi Kemudahan dalam Bertransaksi secara simultan mampu menjelaskan 34,3% variasi Keputusan Penggunaan *Paylater* pada Generasi Z di Kota Tangerang, sedangkan 65,7% lainnya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian. Hasil tersebut menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan mampu menjelaskan hubungan kedua variabel independen terhadap Keputusan Penggunaan *Paylater*.

4.2 Pembahasan Hasil Penelitian

4.2.1 Pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap Keputusan Penggunaan *Paylater*

Hasil pengujian parsial menunjukkan bahwa Literasi Keuangan Digital (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan *Paylater* (Y) pada Generasi Z di Kota Tangerang, dengan nilai t hitung sebesar 4,463 dan signifikansi 0,000. Karena t hitung > t tabel (1,975) dan signifikansi < 0,05, hipotesis penelitian dapat diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan pemahaman mengenai informasi, manfaat, dan risiko layanan keuangan digital diikuti dengan meningkatnya Keputusan Penggunaan *Paylater*.

Temuan tersebut sejalan dengan konsep literasi keuangan digital menurut OECD dalam penelitian (Rahmadhani, 2025) yang mencakup kemampuan memperoleh informasi, memahami karakteristik, serta menggunakan layanan keuangan digital secara bertanggung jawab. Hasil penelitian tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Susilowati et al., 2025) yang menunjukkan adanya pengaruh yang positif literasi keuangan digital terhadap keputusan penggunaan *Paylater* pada generasi muda. Dengan demikian, literasi keuangan digital menjadi salah satu faktor yang berperan dalam keputusan penggunaan *Paylater* pada generasi z di Kota Tangerang.

4.2.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan dalam Bertransaksi terhadap Keputusan Penggunaan *Paylater*

Hasil pengujian parsial menunjukkan bahwa Kemudahan dalam Bertransaksi (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan *Paylater* (Y) pada Generasi Z di Kota Tangerang, dengan nilai t hitung sebesar 3,686 dan signifikansi 0,000. Karena t hitung > t tabel (1,975) dan signifikansi < 0,05, hipotesis penelitian dapat diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan dalam bertransaksi, semakin tinggi pula Keputusan Penggunaan *Paylater*.

Temuan tersebut mendukung konsep *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989) dalam (Susetyo, 2023), bahwa persepsi kemudahan dapat mendorong penerimaan dan penggunaan suatu teknologi. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan (Prayusi & Ingriyani, 2023) yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap ketertarikan menggunakan *Paylater*. Dengan demikian, Kemudahan

dalam Bertransaksi menjadi salah satu faktor yang berperan dalam Keputusan Penggunaan *Paylater* pada Generasi Z di Kota Tangerang.

4.2.3 Pengaruh Literasi Keuangan Digital dan Persepsi Kemudahan dalam Bertransaksi terhadap Keputusan Penggunaan *Paylater*

Hasil pengujian simultan menunjukkan bahwa Literasi Keuangan Digital (X_1) dan Kemudahan dalam Bertransaksi (X_2) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan *Paylater* (Y) pada Generasi Z di Kota Tangerang. Hasil analisis menunjukkan nilai F hitung sebesar 42,436 dengan signifikansi 0,000. Karena F hitung > F tabel (3,05) dan signifikansi < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa kedua variabel independen secara simultan berperan dalam menjelaskan Keputusan Penggunaan *Paylater*.

Temuan tersebut dapat dijelaskan melalui teori keputusan penggunaan menurut Peter dan Olson dalam (Akbar, 2023), yang menyatakan bahwa pengambilan keputusan melibatkan pengolahan informasi dan pertimbangan terhadap berbagai pilihan sebelum menentukan tindakan. Dalam konteks *Paylater*, Literasi Keuangan Digital membantu pengguna memahami karakteristik, manfaat, dan risiko layanan, sedangkan Kemudahan dalam Bertransaksi berkaitan dengan persepsi terhadap kepraktisan penggunaan layanan. Temuan ini juga berkaitan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) Davis (1989) dalam (Prasetyani et al., 2024), yang menjelaskan bahwa persepsi terhadap kemudahan dan manfaat teknologi dapat memengaruhi penerimaan dan penggunaannya. Dengan demikian, kombinasi pemahaman keuangan digital dan persepsi kemudahan menjadi faktor yang berperan dalam keputusan penggunaan *Paylater* pada Generasi Z di Kota Tangerang.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Literasi Keuangan Digital dan Kemudahan dalam Bertransaksi terhadap Keputusan Penggunaan *Paylater* pada Generasi Z di Kota Tangerang, diperoleh simpulan bahwa variabel Literasi Keuangan Digital (X_1) terbukti berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Penggunaan *Paylater*, ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar 4,463 yang lebih besar dari t tabel 1,975 dengan probabilitas 0,000 di bawah tingkat signifikansi 0,05, sehingga H_1 diterima dan H_0 ditolak. Variabel Kemudahan dalam Bertransaksi (X_2) juga terbukti berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Penggunaan *Paylater*, dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 3,686 yang lebih besar dari t tabel 1,975 dengan probabilitas 0,000 di bawah batas signifikansi 0,05, sehingga H_2 diterima dan H_0 ditolak. Pengujian simultan melalui Uji F menghasilkan nilai F hitung sebesar 42,436 yang lebih besar dari F tabel 3,05 dengan probabilitas 0,000 di bawah tingkat signifikansi 0,05, sehingga Literasi Keuangan Digital dan Kemudahan dalam Bertransaksi secara bersama-sama terbukti berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan *Paylater* pada Generasi Z di Kota Tangerang, sehingga H_3 diterima dan H_0 ditolak. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,343 menunjukkan bahwa kedua variabel independen mampu menjelaskan 34,3% variasi Keputusan Penggunaan *Paylater*, sedangkan 65,7% lainnya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian.

5.2 Saran

Indikator X1.1 mencatatkan rata-rata terendah pada variabel Literasi Keuangan Digital sebesar 4,11, mengisyaratkan bahwa pemahaman dasar atau aspek konseptual awal terkait keuangan digital pada Generasi Z di Kota Tangerang masih perlu diperkuat melalui pemberian edukasi finansial dasar, konten literasi yang lebih aplikatif, serta sosialisasi secara berkala. Indikator X2.5 mencatatkan rata-rata terendah pada variabel Persepsi Kemudahan sebesar 3,88, sehingga penyederhanaan alur alokasi fitur transaksi, penyempurnaan antarmuka aplikasi (*user interface*), serta optimalisasi tata cara penggunaan yang dinilai masih cukup kompleks direkomendasikan guna memaksimalkan kenyamanan pengguna secara menyeluruh. Indikator Y7 meraih nilai terendah pada variabel Keputusan Penggunaan sebesar 3,86, sehingga penyediaan skema pembayaran yang lebih fleksibel, peningkatan transparansi informasi biaya, serta penguatan dorongan atau pertimbangan penggunaan diperlukan agar Generasi Z semakin mantap dan optimal dalam memilih layanan *Paylater*. Studi lanjutan disarankan mengintegrasikan variabel tambahan seperti gaya hidup, persepsi risiko, kepercayaan, atau kontrol diri (*self-control*), serta memperluas cakupan responden dan wilayah penelitian di luar Kota Tangerang guna menghasilkan temuan yang lebih komprehensif dan representatif.

REFERENSI

- Akbar, R. (2023). *Pengaruh Kemudahan , Keamanan , Resiko Dan Promosi , terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater Di Solo Raya*. 1(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.54066/jrea-itb.v1i3.645>
- Bahasoan, A. N., Qamariah, N., & B, W. I. (2025). *Buy Now , Pay Later Culture : Economic Analysis of the Paylater Phenomenon Among Gen Z*. 3(3), 207–220. <https://doi.org/https://doi.org/10.59890/ijfbm.v3i3.55>

- Bella, S., & Setiawan, B. (2023). *TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN FINANCIAL TECHNOLOGY (FINTECH) DI DESA KARANG BARU KABUPATEN BANYUASIN*. 15–26. <https://doi.org/https://doi.org/10.36908/jimesha.v3i1.179>
- Edi Setiawan, E. S. (2023). *PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN E-WALLET DANA PADA MAHASISWA DI KOTA YOGYAKARTA*. 16(1), 129–140. <https://doi.org/https://doi.org/10.56521/manajemen-dirgantara.v16i1.822>
- Jr, J. F. H., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., Black, W. C., & Anderson, R. E. (2019). *MULTIVARIATE DATA ANALYSIS Multivariate Data Analysis*.
- Kristanto, A. (2025). *Pengaruh Promosi , Kemudahan Transaksi dan Kepercayaan Pada Pengguna Shopee Paylater Terhadap Keputusan Pembelian*. 8(1), 62–73. <https://doi.org/https://doi.org/10.36778/jesya.v8i1.1799>
- Kurnia, R. A., Nova, T., & Tandijaya, B. (2023). *PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE , PERCEIVED USEFULNESS , SECURITY DAN TRUST TERHADAP INTENTION TO USE APLIKASI JAGO*. 17(1), 64–71. <https://doi.org/https://doi.org/10.9744/pemasaran.17.1.64-72>
- Nisa, A. F. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan Digital Dan Pertumbuhan Usaha Terhadap Kinerja Keuangan UMKM Di Wilayah Kampung Marketer Karangmoncol Purbalingga*. Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Prasetyani, A., Mustika, M. D., Sjabadhyini, B., & Adira, N. (2024). *Unlocking Paylater preferences : exploring generation z ' s trust dynamics in Indonesia and Malaysia*. *Cogent Psychology*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311908.2024.2352962>
- Prayusi, A. D., & Ingriyani, L. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan , Persepsi Kemudahan , Persepsi Risiko , dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater (Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Jakarta)*. 3. <https://prosiding.pnj.ac.id/SNAM/article/view/863>
- Rahmadhani, S. N. (2025). *Literasi Keuangan Digital Strategi dan Tantangan di Era Ekonomi Digital*.
- Robaniyah, Latifah; Kurnianingsih, H. (2021). *Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan keamanan terhadap minat menggunakan aplikasi ovo*. 10(1), 53–62. <https://doi.org/https://doi.org/10.17509/image.v10i1.32009>
- Salsabilla, P. Y. (2026). *PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN BERTRANSAKSI, PERSEPSI MANFAAT DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP PENGGUNAAN BANK DIGITAL DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA MAHASISWA GENERASI Z DI KOTA MALANG*.
- Sasabone, L., Sudarmanto, E., & Adiwijaya, S. (2023). *Pengaruh E-commerce dan Kemudahan Transaksi Terhadap Perubahan Pola Konsumsi Dalam Era Digital Di Indonesia*. 1(01), 32–42. <https://doi.org/https://doi.org/10.58812/sish.v1i01.304>
- Setyarini, E. (2023). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Digital Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS pada Generasi Muda 1*. 01(04). <https://lenteranusa.id/>
- Siswanti, T. (2023). *Jurnal Bisnis dan Akuntansi Unsurja Jurnal Bisnis dan Akuntansi Unsurja*. 8(1), 30–43. <https://doi.org/https://doi.org/10.35968/jbau.v8i1.1017>
- Sitepu, G. A., & Fadila, A. (2024). *ANALISIS PEMANFAATAN LAYANAN PAYLATER DI ANALYSIS OF PAYLATER SERVICE UTILIZATION IN THE*. 3(1), 57–70.
- Susetyo, H. R. A. T. D. (2023). *Role of attitude and intention on the relationship between perceived ease of use , perceived usefulness , trust , and e- tax system behavior*. <https://doi.org/https://doi.org/10.17549/gbfr.2023.28.7.89>
- Susilowati, N., Epriella, J. N., Mustofa, I. R., & Safitri, R. (2025). *Pengaruh Literasi Keuangan Digital dan Gaya Hidup terhadap Keputusan dalam Menggunakan Paylater pada Mahasiswa*. 8(2), 343–356. <https://doi.org/https://doi.org/10.20527/jiepv.v8i2.2863>

- Utomo, F. W., Nastiti, A. S., Akbar, H., & Aurellia, T. (2025). *Paylater Antara Kemudahan Digital Ekonomi dan Jebakan Masyarakat yang Hidup di Era Society 5 . 0 kemudahan sekaligus jebakan bagi masyarakat di era Society 5 . 0 . Melalui pendekatan kualitatif secara bijak dan berkelanjutan .* 1–12.
- Wahyu Budi Utomo. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pengguna Shopee Paylater: Studi Kasus Pada Gen-Z Febi Uin Walisongo Semarang Dengan Self Control Sebagai Variabel Moderating.* 1905026077, ii–97.
- Wijayanti, R., & Pujangga, S. K. (2026). *Daya tarik Paylater terhadap minat beli produk umkm pada platform shopee.* 09(01).