P-ISSN : 2252-844X
E-ISSN : 2615-1316
JURNAL MANAJEMEN DAN KEUANGAN, VOL 14, NO 1, MEI 2025

Financial Literacy dan *Digital Financial Behavior* dalam Pengambilan Keputusan Pengguna *Paylater*

Endah Dewi Purnamasari[1*)], Aliyah Ghina[2)], John Rony Coyanda[3)]
[1*)]Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Indo Global Mandiri Palembang, Sumatera Selatan, 30129
[2)]Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Indo Global Mandiri Palembang, Sumatera Selatan, 30219
[3)]Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer dan Sains, Universitas Indo Global Mandiri Palembang, Sumatera Selatan, 30129
E-mail *penulis korespondensi: endahdps@uigm.ac.id*[1*)]

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan dan perilaku keuangan digital terhadap keputusan penggunaan Paylater. Latar belakang penelitian ini didasari oleh perkembangan pesat e-commerce yang mendorong perubahan metode pembayaran secara signifikan. Salah satu metode pembayaran yang semakin populer adalah Paylater, yaitu sistem pembayaran dengan cara berhutang yang memungkinkan pengguna melakukan pembayaran secara angsuran bulanan dengan bunga, tanpa harus melunasi secara langsung. Metode ini sangat diminati oleh generasi Z karena kemudahannya dan sifatnya yang praktis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis deskriptif. Data dikumpulkan melalui survei menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada 80 responden yang merupakan pengguna potensial Paylater. Pengolahan dan analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak statistik SPSS untuk menguji pengaruh literasi keuangan dan perilaku keuangan digital terhadap keputusan penggunaan Paylater. Hasil analisis menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan Paylater, sementara perilaku keuangan digital terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan tersebut.

Kata kunci: *Literasi keuangan; Perilaku Keuangan Digital;Paylater*

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of financial literacy and digital financial behavior on the decision to use Paylater services. The research is motivated by the rapid growth of e-commerce, which has significantly changed payment methods. One increasingly popular payment system is Paylater, a credit-based payment method that allows users to make payments in monthly installments with interest, without the need for immediate full repayment. This payment method is favored by Generation Z due to its convenience and practicality.

The research employs a quantitative descriptive approach. Data were collected through a survey using questionnaires distributed to 80 respondents who are potential Paylater users. Data processing and analysis were conducted using the statistical software SPSS to test the effect of financial literacy and digital financial behavior on the decision to use Paylater.

The results indicate that financial literacy does not significantly affect the decision to use Paylater, whereas digital financial behavior has a significant influence on this decision.

Keywords: *Financial Literacy, Digital Finance, Paylater*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah memberikan dampak besar terhadap berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam sektor keuangan. Digitalisasi telah melahirkan berbagai inovasi dalam sistem pembayaran yang bertujuan untuk memberikan kemudahan dan efisiensi bagi pengguna, salah satunya adalah layanan pembayaran tunda atau yang lebih dikenal dengan istilah "*paylater*". Layanan ini memungkinkan konsumen untuk melakukan transaksi pembelian dan membayarnya di kemudian hari dengan sistem cicilan dalam jangka waktu tertentu, umumnya antara satu hingga dua belas bulan. *Paylater* merupakan bagian dari revolusi teknologi keuangan (fintech) yang meniru sistem kredit konvensional namun dengan proses yang lebih ringkas, cepat, dan terintegrasi dalam platform *e-commerce* (OJK, 2022).

Kemudahan yang ditawarkan oleh layanan *paylater*, seperti proses pendaftaran yang cepat tanpa jaminan, bunga yang bersaing, hingga diskon dan promo yang menarik, telah menjadikan layanan ini semakin populer, khususnya di kalangan generasi muda. Shopee Paylater, Traveloka Paylater, dan GoPaylater adalah beberapa contoh platform yang mengalami peningkatan signifikan dalam jumlah pengguna dan transaksi (Maizal Walfajri, 2019; Purwanto et al., 2022). Bahkan, menurut survei pengguna layanan *paylater* meningkat dari 28% pada tahun 2021 menjadi 38% pada tahun 2022 (Diaz Yustisia, 2023). Lonjakan ini menunjukkan adanya tren konsumsi baru di masyarakat Indonesia, yakni ketergantungan terhadap fasilitas kredit instan berbasis digital.

Namun, di balik kemudahan dan popularitas layanan paylater, terdapat potensi risiko yang tidak dapat diabaikan. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat beberapa risiko yang menyertai penggunaan paylater, antara lain terganggunya pengaturan keuangan pribadi, munculnya biaya tersembunyi seperti subscription fee dan biaya administrasi, meningkatnya perilaku konsumtif akibat kemudahan akses, hingga ancaman keamanan data pengguna (OJK, 2022). Hal ini diperparah dengan rendahnya tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia. Meskipun indeks inklusi keuangan nasional mencapai 85,10% pada tahun 2022, indeks literasi keuangan hanya berada pada angka 49,68% (OJK, 2022). Artinya, banyak masyarakat yang telah memiliki akses terhadap produk dan layanan keuangan, tetapi belum memiliki pemahaman yang memadai untuk mengelolanya dengan bijak.

Dalam konteks inilah, literasi keuangan dan perilaku keuangan digital menjadi isu penting yang perlu mendapat perhatian lebih lanjut. Literasi keuangan merupakan kemampuan seseorang dalam memahami dan mengaplikasikan konsep-konsep dasar keuangan seperti pengelolaan uang, investasi, perencanaan keuangan, hingga pengambilan keputusan terkait utang (Amalia & Effendi, 2022; Nor Hidayanti et al., 2023). Penelitian sebelumnya

menunjukkan bahwa individu dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung membuat keputusan keuangan yang lebih bijak dan rasional, termasuk dalam hal penggunaan kredit atau utang (Iramani & Lutfi, 2021; Iramani & Rara Ayu Elviani, 2023).

Selain literasi keuangan, perilaku keuangan digital juga menjadi dimensi penting dalam memahami bagaimana individu mengambil keputusan dalam konteks keuangan modern. Perilaku keuangan digital mencerminkan cara seseorang dalam merencanakan, mengelola, dan mengontrol pengeluaran, tabungan, investasi, serta pembayaran utang dengan menggunakan teknologi digital (Putri et al., 2023). Indikator dari perilaku ini mencakup aspek seperti kemampuan mencatat pengeluaran secara digital, melakukan pembayaran tepat waktu, menyisihkan dana darurat, serta memilih metode transaksi yang efisien dan aman (Puspitasari & Indrarini, 2021; Wati & Panggiarti, 2021). Studi oleh Andriyani & Sulistyowati, (2021); Masdupi et al., (2019) dan Utami & Isbanah, (2023) menyimpulkan bahwa perilaku keuangan yang baik berkorelasi positif terhadap keputusan finansial yang sehat.

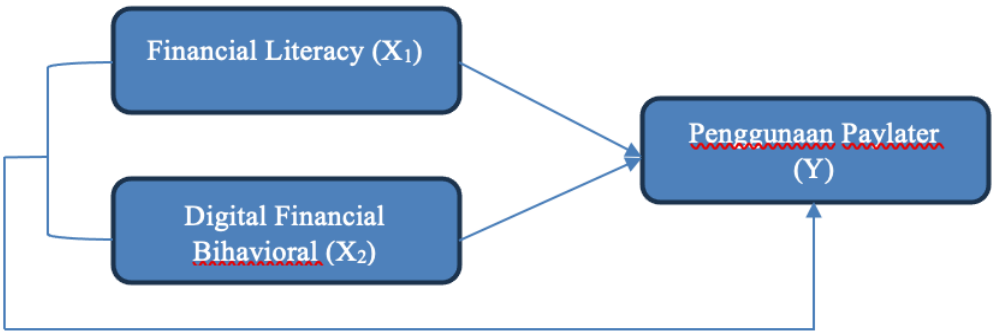
Terdapat kesenjangan dalam literatur yang secara khusus meneliti hubungan antara literasi keuangan, perilaku keuangan digital, dan pengambilan keputusan dalam penggunaan layanan paylater. Kebanyakan studi sebelumnya hanya menitikberatkan pada aspek literasi keuangan atau perilaku keuangan secara umum, tanpa memperhitungkan konteks spesifik dari sistem pembayaran digital berbasis kredit jangka pendek. Padahal, pemahaman yang mendalam mengenai dua variabel tersebut sangat krusial dalam menjawab tantangan keuangan digital di era modern.

Penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah dalam literatur dengan menginvestigasi pengaruh literasi keuangan dan perilaku keuangan digital terhadap pengambilan keputusan penggunaan paylater di Indonesia. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk: pertama, menguji apakah literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan paylater; kedua, menganalisis sejauh mana perilaku keuangan digital memengaruhi kecenderungan penggunaan paylater; dan ketiga, mengeksplorasi interaksi antara kedua variabel tersebut dalam menentukan pola pengambilan keputusan konsumen digital.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penting terhadap pengembangan literatur akademik dan juga memiliki implikasi praktis bagi pembuat kebijakan, pelaku industri fintech, serta lembaga edukasi keuangan. Pertama, penelitian ini memperluas wacana literatur mengenai pengambilan keputusan keuangan dalam konteks layanan keuangan digital berbasis pinjaman jangka pendek. Kedua, penelitian ini mengintegrasikan dua variabel penting literasi keuangan dan perilaku keuangan digital dalam satu model konseptual yang komprehensif. Ketiga, penelitian ini menyediakan temuan berbasis data yang dapat digunakan

oleh regulator dan penyedia layanan dalam menyusun kebijakan perlindungan konsumen dan peningkatan literasi digital keuangan. Keempat, dengan mengkaji konteks Indonesia yang sedang mengalami pertumbuhan pesat dalam penggunaan fintech dan *e-commerce*, penelitian ini memberikan wawasan kontekstual yang sangat relevan bagi negara-negara berkembang lainnya dengan karakteristik serupa.

Berdasarkan latar belakang dan kajian literatur yang sudah dijelaskan sebelumnya dapat digambarkan alur pemikiran sebagai berikut:



Sumber: diolah penulis

Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Fenomena ini menimbulkan urgensi untuk memahami bagaimana faktor-faktor seperti literasi keuangan dan perilaku keuangan digital memengaruhi pengambilan keputusan dalam menggunakan layanan paylater. Pesatnya perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam perilaku dan sistem keuangan masyarakat, termasuk dalam cara individu mengakses, mengelola, dan mengambil keputusan terkait keuangan. Salah satu inovasi yang semakin banyak digunakan adalah sistem pembayaran *paylater*, yakni layanan pembiayaan yang memungkinkan konsumen untuk melakukan transaksi saat ini dan melakukan pembayaran di kemudian hari. Kemudahan ini menimbulkan tantangan baru, khususnya terkait literasi dan perilaku keuangan digital pengguna. Oleh karena itu, untuk memahami bagaimana keputusan penggunaan *paylater* terbentuk, perlu dianalisis dua faktor utama yaitu literasi keuangan dan perilaku keuangan digital.

Literasi keuangan merupakan salah satu fondasi utama dalam pengambilan keputusan keuangan yang bijak. Literasi keuangan didefinisikan sebagai kemampuan untuk memahami dan menggunakan berbagai konsep serta keterampilan keuangan termasuk pengelolaan keuangan, penganggaran, tabungan, investasi, dan pengambilan keputusan yang tepat dalam konteks keuangan pribadi (Mitchell & Lusardi, 2011). Menurut teori *Theory of Planned*

Behavior (Ajzen, 1991),pengetahuan merupakan faktor utama yang membentuk sikap, niat, dan perilaku aktual seseorang, termasuk dalam pengambilan keputusan keuangan.

Studi empiris mendukung pentingnya literasi keuangan dalam konteks penggunaan produk keuangan digital. (Iramani & Lutfi, 2021) menemukan bahwa literasi keuangan berkontribusi secara positif terhadap perilaku keuangan generasi muda, termasuk dalam memilih instrumen pembiayaan. Hasil serupa ditemukan oleh (Amalia & Effendi, 2022) yang menekankan bahwa pemahaman terhadap aspek dasar keuangan memungkinkan seseorang lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan finansial, seperti penggunaan layanan *paylater* yang mengandung bunga dan risiko keterlambatan pembayaran.

Dalam konteks Indonesia, tingkat literasi keuangan masih relatif rendah dibandingkan tingkat inklusi keuangan. Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2022), indeks inklusi keuangan masyarakat Indonesia mencapai 85,10%, namun indeks literasi keuangannya hanya sebesar 49,68%. Ketimpangan ini menunjukkan bahwa masyarakat mampu mengakses produk keuangan seperti *paylater*, tetapi belum tentu memahami risiko dan cara penggunaannya secara bijak. Oleh karena itu, dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H_1: *Financial literacy* berpengaruh dalam pengambilan keputusan pengguna *paylater*.

Perilaku keuangan digital mengacu pada pola dan kebiasaan individu dalam mengelola keuangannya melalui media digital. Hal ini mencakup aktivitas seperti pembayaran secara daring, pencatatan pengeluaran melalui aplikasi, penggunaan e-wallet, hingga pengambilan keputusan berbasis informasi digital. Menurut teori *Expected Utility Theory* (von Neumann et al., 1944), individu akan membuat keputusan dengan mengevaluasi manfaat dan risiko yang diharapkan, dan dalam konteks digital, kemudahan dan kecepatan sering menjadi faktor dominan yang mempengaruhi perilaku. Penelitian oleh Puteri et al. (2023) menunjukkan bahwa perilaku keuangan digital yang sehat ditandai dengan kemampuan mengatur pengeluaran, mencatat transaksi, menabung secara elektronik, serta membayar tagihan tepat waktu. Kebiasaan ini terbukti mendukung keputusan keuangan yang lebih rasional dan terencana. (Puspitasari & Indrarini, 2021) juga mengungkapkan bahwa perilaku keuangan digital memberikan dampak signifikan terhadap efektivitas pengambilan keputusan keuangan, terutama dalam situasi konsumsi digital seperti e-commerce dan penggunaan *paylater*. Di tengah meningkatnya penggunaan teknologi finansial di Indonesia, perilaku keuangan digital menjadi semakin penting. Masyarakat cenderung terdorong untuk menggunakan *paylater* karena kemudahan yang ditawarkan tanpa mempertimbangkan risiko finansial di masa depan. Oleh karena itu, perilaku keuangan digital yang baik dapat membantu

individu menghindari jebakan konsumtif dan membuat keputusan yang lebih bertanggung jawab. Dengan demikian, hipotesis yang dirumuskan adalah:

H_2: *Digital financial behavior* berpengaruh dalam pengambilan keputusan pengguna *paylater.*

Meskipun literasi keuangan dan perilaku keuangan digital dapat berdampak secara individual terhadap pengambilan keputusan keuangan, kombinasi keduanya berpotensi memberikan pengaruh yang lebih kuat. Menurut teori *Cognitive Behavioral Theory* (Bandura, 1986), perilaku seseorang merupakan hasil dari interaksi antara pengetahuan (kognisi), pengalaman, dan lingkungan. Dalam hal ini, pengetahuan keuangan (literasi) berkontribusi dalam membentuk perilaku keuangan digital yang baik, yang pada akhirnya berujung pada keputusan keuangan yang lebih rasional.

(Masdupi et al., 2019) dan (Andriyani & Sulistyowati, 2021) menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak hanya mendorong pemahaman terhadap risiko keuangan, tetapi juga memperkuat disiplin dalam pengelolaan keuangan digital. Dengan memiliki perilaku keuangan digital yang sehat, individu mampu menerapkan pengetahuannya secara praktis, seperti menyusun anggaran digital, mencatat pembayaran cicilan *paylater*, dan menghindari keterlambatan pembayaran. Kombinasi antara pemahaman dan praktik ini diperlukan untuk menghadapi tantangan yang dihadirkan oleh produk-produk keuangan digital. Hipotesis ketiga yang dirumuskan adalah:

H_3: *Financial literacy* dan *digital financial behavior* secara simultan berpengaruh dalam pengambilan keputusan pengguna *paylater*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh *financial literacy* dan *digital financial behavior* terhadap pengambilan keputusan penggunaan *paylater.* Pendekatan ini digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel penelitian secara objektif dan sistematis (Rachman et al., 2024)

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang merupakan pengguna layanan paylater di berbagai platform *e-commerce* seperti Shopee, Kredivo, Gojek, dan Traveloka. Kuesioner ini dirancang untuk mengungkap persepsi, pemahaman, dan perilaku responden terkait literasi keuangan dan perilaku keuangan digital dalam pengambilan keputusan menggunakan paylater. Sementara itu, data sekunder diperoleh

dari berbagai sumber yang relevan dan kredibel, seperti buku teks ilmiah, jurnal akademik, laporan resmi dari OJK, serta artikel-artikel terpercaya lainnya yang mendukung konteks teoritis dan empiris dari penelitian ini (Ghozali, 2013)

Adapun teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga metode utama. Pertama, observasi digunakan untuk memperoleh pemahaman awal terhadap perilaku responden dalam menggunakan layanan paylater secara umum. Kedua, studi pustaka dilakukan untuk mengkaji teori-teori dan temuan empiris sebelumnya yang relevan dengan variabel penelitian, sehingga memberikan dasar teoritis yang kuat. Ketiga, kuesioner digunakan sebagai instrumen utama dalam pengumpulan data primer. Instrumen ini disusun berdasarkan indikator-indikator variabel penelitian dan diuji terlebih dahulu melalui uji validitas dan reliabilitas guna memastikan bahwa pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dapat mengukur variabel secara tepat dan konsisten (Uma Sekaran & Roger Bougie, 2016).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif di salah satu Universitas Swasta di Palembang yang pernah menggunakan layanan paylater dalam transaksi e-commerce. Proses pemilihan sampel dalam penelitian ini dilakukan secara bertahap dengan pendekatan *purposive sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Populasi awal terdiri dari 250 mahasiswa aktif. Dari jumlah tersebut, sebanyak 120 mahasiswa diketahui pernah menggunakan layanan *paylater*, sehingga memenuhi kriteria sebagai calon responden. Selanjutnya, sebanyak 80 kuesioner dikembalikan oleh responden dalam kondisi terisi lengkap.

Dalam menganalisis data, penelitian ini menggunakan beberapa teknik analisis statistik. Tahap awal analisis meliputi uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa instrumen kuesioner yang digunakan benar-benar mengukur variabel yang dimaksud dan menghasilkan data yang konsisten. Selanjutnya, dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas untuk menilai kelayakan model regresi yang akan digunakan. Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh simultan dan parsial dari literasi keuangan dan perilaku keuangan digital terhadap pengambilan keputusan penggunaan layanan paylater. Pemilihan model regresi linier berganda dianggap tepat karena mampu mengukur hubungan antar variabel yang bersifat kuantitatif dan linier (Ghozali, 2013) Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar variasi variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen. Untuk menguji signifikansi pengaruh secara parsial dan simultan, digunakan uji t dan uji F, yang menjadi acuan dalam pengambilan keputusan terhadap hipotesis penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Di Indonesia pengguna paylater tumbuh signifikan bersamaan dengan *e-commerce.* Kredivo mencatat pengguna paylater di e-commerce mengalami peningkatan menjadi 38% ditahun 2022 dibandingkan tahun 2021 hanya 28% (Diaz Yustisia, 2023). Bahkan OJK juga mencatat bahwa penggunaan paylater mengalami pertumbuhan pesat dalam setahun meningkat 72,88 juta kontak per mei 2023 dari hanya 33,25% saja (Kumparan 2023). dan rata-rata penggunaan paylater ini didnominasi oleh milenial. Penggunaan paylater di kota Palembang juga sangat banyak peminatnya. (Tanjung, 2024) mengatakan penggunaan paylater kredivo dipalembang dari tahun 2018 sampai 2023 mengalami kenaikan 13 kali lipat, dari sisi transaksinya mencapai 2,5 kali lipat antara tahun 2022 sampai 2023. Kota Palembang juga disebutkan memiliki potensi pertumbuhan yang cukup signifikan dari pembayaran digital.

Profil Responden

Penelitian ini melibatkan sebanyak 80 responden yang dipilih melalui teknik purposive sampling, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria yang digunakan adalah individu yang pernah menggunakan layanan *paylater* setidaknya satu kali pada platform e-commerce seperti Shopee, Traveloka, Gojek, dan Kredivo. Pemilihan responden dengan kriteria ini bertujuan untuk memastikan bahwa partisipan memiliki pengalaman langsung dalam menggunakan layanan keuangan digital berbasis kredit jangka pendek, sehingga dapat memberikan data yang relevan terhadap topik yang diteliti.

Berdasarkan data demografis, mayoritas responden berada dalam rentang usia 18–25 tahun, yang mengindikasikan dominasi kelompok generasi Z. Kelompok usia ini dikenal memiliki tingkat adaptasi teknologi yang tinggi dan merupakan pengguna aktif layanan digital, termasuk layanan keuangan. Selain itu, sebagian besar responden merupakan individu yang secara rutin menggunakan perangkat mobile dan telah terbiasa mengakses berbagai aplikasi keuangan digital dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini mencerminkan bahwa responden secara umum telah memiliki eksposur terhadap teknologi keuangan digital, baik dalam bentuk transaksi non-tunai, penggunaan dompet digital (*e-wallet*), maupun layanan *paylater*. Kondisi ini menjadikan responden sebagai representasi yang relevan dalam studi mengenai pengambilan keputusan dalam penggunaan layanan keuangan digital.

Uji Asumsi Klasik

Untuk memastikan kelayakan model regresi yang digunakan dalam penelitian ini, dilakukan serangkaian uji asumsi klasik, yang terdiri dari uji validitas dan reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sejauh mana item pertanyaan dalam kuesioner mampu merepresentasikan konstruk yang dimaksud.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	r hitung	r tabel
X1.1	0.891	0,219
X1.2	0.417	0,219
X1.3	0.907	0,219
X1.4	0.242	0,219
X1.5	0.868	0,219
X2.1	0,686	0,219
X2.2	0,781	0,219
X2.3	0,605	0,219
X2.4	0,706	0,219
X2.5	0,701	0,219
Y.1	0,708	0,219
Y.2	0,676	0,219
Y.3	0,805	0,219
Y.4	0,515	0,219
Y.5	0,708	0,219

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 1 diatas nilai r tabel pada penelitian ini didapat dari df= (80-2) adalah 78 sehingga r tabelnya ialah dengan nilai signifikan 0,05**.** Tabel 2 terlihat dimana nilai r hitung untuk variabel literasi keuangan, perilaku keuangan digital dan keputusan penggunaan paylater lebih besar dari nilai r tabel 0,219 sehingga bisa dikatakan valid.

Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dilakukan menggunakan Cronbach's Alpha. Berikut hasil uji reabilitas:

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	cronbach's alpha	Nilai batas	*Ket*
Literasi Keuangan	0,701	0,7	Reliabel
Perilaku Keuangan digital	0,737	0,7	Reliabel
Penggunaan Paylater	0,704	0,7	Reliabel

Sumber: Data diolah

Tabel 2 menunjukkan nilai croncach alpha terhadap setiap variabel yaitu > dari 0,7 dimana X1 memiliki cronbach's alpha sebesar 0,701; X2 sebesar 7,37; dan Y sebesar 0,704 maka dikatakan bahwa setiap variabel bisa menjadi alat ukur yang reliabel.

Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov.

Tabel 3. Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.47500739
Most Extreme Differences	Absolute	.091
	Positive	.059
	Negative	-.091
Test Statistic		.091
Asymp. Sig. (2-tailed)[c]		.160

Sumber: Data diolah

Nilai normalitas pada Tabel 3 ditunjukkan dengan nilai 0,160 > dari 0,05 yang berarti hasil dalam penelitian ini dapat digunakan atau berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi tinggi antar variabel independen.

Tabel 4. Uji Multikolinearitas

		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	literasi keuangan	.965	1.036
	perilaku keuangan digital	.965	1.036

a. Dependent Variable: penggunaan paylater

Sumber: Data diolah

Hasil Tabel 4 menunjukan nilai tolerance dan VIF lebih dari 0,10 dan kurang dari 10, disimpulkan bawa variabel bebas multikolinearitas.

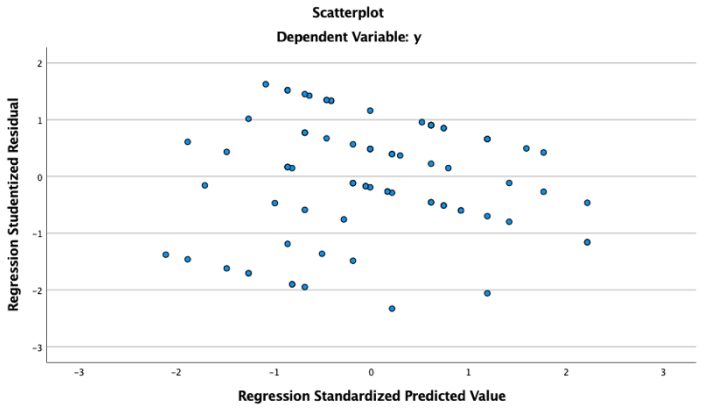
Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan metode scatterplot terlihat seperti Gambar 1. Gambar 1 menunjukkan bahwa sebaran titik tidak membentuk pola tertentu dan tersebar secara acak di atas dan di bawah sumbu horizontal.

Hasil Analisis Regresi

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada tabel 5, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: Nilai konstanta (α) sebesar 15,704 dan literasi keuangan (β) 0,139,

perilaku keuangan digital (β) 0,249. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dibuat persamaan regresi, yaitu:



Gambar 4. Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah

Tabel 5. Uji Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	15.704	2.551		6.156	.000
	Literasi Keuangan	.139	.104	.142	1.333	.186
	Perilaku Keuangan Digital	.249	.079	.336	3.141	.002

a. Dependent Variable: Penggunaan Paylater

Sumber: Data diolah

Y = 15,704 + 0,139X1 + 0,249X2

Keterangan:

1. Nilai konstanta diatas 15,704 menunjukan bahwa literasi keuangan dan perilaku keuangan digital tetap tidak berunah maka penggunaan paylater akan sebesar 15,704.
2. Koefisien X1 sebesar 0,139 jika peningkatan persepsi literasi keuangan naik satu unit maka penggunaan paylater akan meningkat 0,129 dengan asumsi variabel independent lainnya tetap konstan.
3. Koefisien X2 sebesar 0,249 jika peningkatan persepsi perilaku keuangan digital naik satu unit maka penggunaan paylater akan meningkat 0,249 dengan asumsi variabel independent lainnya tetap konstan.
4. Berdasarkan nilai koefisien beta terlihat bahwa X2 (Perilaku keuangan digital) memiliki pengaruh paling sinifikan terhadap Y sebesar 0,249.

Berdasarkan hasil uji koefisien regresi, variabel literasi keuangan (X_1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,186 (> 0,05)yang berarti tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan *paylater*. Sebaliknya, variabel perilaku keuangan digital (X_2) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,002 (< 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa perilaku keuangan digital berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan layanan *paylater*.

Uji t dan Uji F

Uji t atau uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individu. Dalam konteks penelitian ini, uji t bertujuan untuk menguji pengaruh literasi keuangan dan perilaku keuangan digital secara terpisah terhadap keputusan penggunaan layanan *paylater*. Uji ini penting dilakukan untuk melihat apakah masing-masing variabel bebas memiliki kontribusi yang signifikan dalam model regresi yang dibangun.

Tabel 6. Uji T

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	15.704	2.551		6.156	.000
	Literasi Keuangan	.139	.104	.142	1.333	.186
	Perilaku Keuangan Digital	.249	.079	.336	3.141	.002

a. Dependent Variable: Penggunaan Paylater

Sumber: Data diolah

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai t hitung untuk variabel literasi keuangan sebesar 1,336 dengan tingkat signifikansi 0,186, yang lebih besar dari taraf signifikansi 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan *paylater* secara parsial. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun responden memiliki pengetahuan mengenai konsep keuangan, pemahaman tersebut belum sepenuhnya diimplementasikan dalam tindakan nyata, terutama dalam pengambilan keputusan penggunaan layanan keuangan digital.

Nilai t hitung untuk variabel perilaku keuangan digital adalah 3,141 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,002, yang lebih kecil dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa perilaku keuangan digital berpengaruh secara signifikanterhadap keputusan penggunaan *paylater*. Dengan kata lain, responden yang memiliki kebiasaan baik dalam mengelola keuangan melalui platform digital cenderung lebih rasional dan terukur dalam memutuskan kapan dan bagaimana menggunakan layanan *paylater*. Temuan ini menunjukkan bahwa perilaku keuangan aktual memiliki peran yang lebih besar dibandingkan sekadar pemahaman teoretis dalam konteks pengambilan keputusan keuangan.

Uji F atau uji simultan digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen secara bersamaan terhadap satu variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk menguji apakah literasi keuangan dan perilaku keuangan digital secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *paylater*. Pengujian ini penting untuk mengetahui kekuatan kolektif dari seluruh variabel bebas dalam menjelaskan variasi dari variabel terikat.

Tabel 7. Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	30.511	2	15.256	6.835	.002[b]
	Residual	171.876	77	2.232		
	Total	202.388	79			

a. Dependent Variable: Penggunaan Paylater
b. Predictors: (Constant), Perilaku Keuangan Digital, Literasi Keuangan

Sumber: Data diolah

Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 6,835 dengan tingkat signifikansi 0,002, yang lebih kecil dari nilai kritis pada taraf signifikansi 0,05. Hal ini berarti bahwa secara bersama-sama, literasi keuangan dan perilaku keuangan digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan *paylater*. Dengan demikian, model regresi yang dibangun dapat dikatakan layak dan mampu menjelaskan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti.

Temuan ini memperkuat pentingnya penguatan kedua aspek tersebut secara bersamaan, di mana literasi keuangan yang memadai seharusnya didukung oleh perilaku keuangan digital yang sehat. Pengguna layanan keuangan digital perlu dibekali tidak hanya dengan pemahaman mengenai konsep keuangan, tetapi juga dengan keterampilan praktis dan sikap bijak dalam menggunakan layanan tersebut.

Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R Square) digunakan untuk mengetahui seberapa besar proporsi variasi dari variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam suatu model regresi. Dalam penelitian ini, uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur tingkat kontribusi variabel literasi keuangan dan perilaku keuangan digital dalam menjelaskan variasi keputusan penggunaan layanan *paylater*. Semakin tinggi nilai R^2, maka semakin besar kemampuan model dalam menjelaskan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Sebaliknya, nilai R^2 yang rendah menunjukkan bahwa sebagian besar variasi dalam variabel dependen dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian.

Tabel 8. Uji Koefisein Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.388[a]	.151	.129	1.49404

a. Predictors: (Constant), Perilaku Keuangan Digital, Literasi Keuangan
b. Dependent Variable: Penggunaan Paylater

Sumber: Data diolah

Tabel 8 menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 0,151, yang berarti bahwa variabel literasi keuangan dan perilaku keuangan digital secara bersama-sama mampu menjelaskan 15,1% variasi yang terjadi pada keputusan penggunaan *paylater*. Sementara itu, sisanya sebesar 84,9% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi ini. Variabel-variabel tersebut dapat mencakup pengaruh lingkungan sosial seperti teman sebaya, tingkat pendapatan, kebiasaan konsumtif, persepsi terhadap risiko, serta akses terhadap teknologi dan informasi keuangan digital. Oleh karena itu, meskipun model ini signifikan, terdapat ruang untuk pengembangan model yang lebih komprehensif dalam penelitian selanjutnya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan dan perilaku keuangan digital secara simultan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan penggunaan layanan *paylater* di kalangan mahasiswa pada salah satu perguruan tinggi swasta di Palembang. Secara parsial, literasi keuangan memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan *paylater*, sedangkan perilaku keuangan digital berpengaruh signifikan. Temuan ini mencerminkan bahwa meskipun responden memiliki pemahaman teoretis mengenai konsep literasi keuangan, namun pemahaman tersebut belum sepenuhnya diterapkan dalam pengambilan keputusan keuangan secara praktis. Hal ini selaras dengan teori *Planned Behavior* (Ajzen, 1991), yang menekankan bahwa niat untuk bertindak dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku, di mana perilaku aktual tidak hanya bergantung pada pengetahuan, tetapi juga keterampilan dan pengalaman yang relevan dalam konteks digital.

Secara empiris, hasil ini mendukung temuan (Iramani & Lutfi, 2021) yang menegaskan bahwa perilaku keuangan digital, yang mencakup kebiasaan mengelola keuangan melalui aplikasi digital, memiliki dampak yang lebih kuat dalam membentuk keputusan konsumsi dibandingkan dengan hanya pengetahuan finansial semata. Hasil penelitian ini juga konsisten dengan studi (Angelia et al., 2021) yang menekankan pentingnya perilaku keuangan dalam pengambilan keputusan di era keuangan digital, terutama pada kelompok usia muda seperti mahasiswa. Dalam konteks mahasiswa UIGM, akses terhadap layanan *paylater* yang mudah

serta promosi menarik dari platform e-commerce seperti Shopee, Gojek, Kredivo, dan Traveloka, menjadi faktor kontekstual yang memperkuat ketertarikan mereka terhadap penggunaan fasilitas tersebut, terlepas dari tingkat literasi keuangan yang mereka miliki.

Lebih lanjut, hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan literasi keuangan dan perilaku keuangan digital berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *paylater*. Ini menunjukkan bahwa meskipun secara parsial literasi keuangan tidak signifikan, jika dikombinasikan dengan perilaku keuangan digital, maka keduanya dapat berkontribusi dalam membentuk keputusan keuangan yang lebih bijak. Hal ini mendukung argumen dari (Mitchell & Lusardi, 2011) bahwa pengelolaan keuangan yang efektif menuntut tidak hanya pengetahuan, tetapi juga disiplin dan kebiasaan keuangan yang baik dalam kehidupan sehari-hari.

Perspektif ekonomi, temuan ini menyiratkan bahwa penggunaan layanan *paylater* di kalangan mahasiswa masih dalam tahap wajar dan belum mengarah pada perilaku konsumtif berlebihan, seperti yang juga diungkapkan oleh (Rahmatika Sari, 2021) yang menemukan bahwa pengaruh *paylater* terhadap *impulsive buying* hanya sebesar 6,4%. Namun, penggunaan layanan ini tetap memerlukan edukasi keuangan yang lebih komprehensif, terutama dalam memahami risiko jangka panjang dari hutang konsumtif.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan perilaku keuangan digital terhadap pengambilan keputusan penggunaan layanan *paylater*. Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

Pertama, literasi keuangan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan *paylater*. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun responden memiliki pengetahuan dasar mengenai konsep dan manajemen keuangan, pemahaman tersebut belum sepenuhnya diterapkan dalam pengambilan keputusan nyata, khususnya dalam konteks penggunaan layanan keuangan digital seperti *paylater*. Dengan kata lain, pengetahuan teoritis saja belum cukup mendorong tindakan yang cermat dan bertanggung jawab dalam penggunaan fasilitas kredit digital.

Kedua, perilaku keuangan digital berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan *paylater*. Temuan ini mengindikasikan bahwa kebiasaan dan keterampilan individu dalam mengelola keuangan secara digital memiliki peran penting dalam membentuk keputusan keuangan yang rasional dan efisien. Responden yang memiliki perilaku keuangan

digital yang baik cenderung lebih mampu dalam mengatur transaksi keuangan, mengelola tagihan, dan mengambil keputusan dalam memanfaatkan fasilitas *paylater* secara bijak.

Ketiga, secara simultan literasi keuangan dan perilaku keuangan digital berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *paylater*. Meskipun literasi keuangan tidak signifikan secara parsial, kontribusinya bersama dengan perilaku keuangan digital tetap penting dalam membentuk model pengambilan keputusan keuangan. Nilai koefisien determinasi sebesar 15,1% menunjukkan bahwa kedua variabel ini memiliki peran dalam menjelaskan variasi keputusan penggunaan *paylater*, meskipun masih terdapat faktor-faktor lain yang belum tercakup dalam penelitian ini.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa perilaku keuangan digital memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan literasi keuangan dalam menentukan keputusan penggunaan layanan *paylater*. Oleh karena itu, penguatan perilaku keuangan digital yang sehat dan aplikatif, disertai dengan peningkatan literasi keuangan yang lebih kontekstual dan praktis, menjadi hal yang penting untuk membentuk pengguna *paylater* yang bijak dan bertanggung jawab.

Saran penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, lingkup responden terbatas hanya pada satu institusi pendidikan, sehingga generalisasi hasil menjadi terbatas. Kedua, jumlah responden yang terbatas juga berpengaruh pada kekuatan analisis statistik. Ketiga, penelitian ini hanya melibatkan dua variabel independen, sehingga belum mengeksplorasi faktor lain seperti gaya hidup, pengaruh sosial, dan kemudahan akses teknologi yang juga potensial memengaruhi keputusan penggunaan paylater.

Penelitian selanjutnya, disarankan agar cakupan responden diperluas ke berbagai latar belakang dan institusi agar mendapatkan variasi perilaku dan preferensi keuangan yang lebih beragam. Selain itu, penambahan variabel lain seperti financial attitude, income level, impulsive buying tendency, dan trust terhadap platform digital akan membantu memperkaya model analisis dan memahami lebih dalam kompleksitas keputusan penggunaan paylater. Penelitian selanjutnya juga dapat dilakukan untuk melihat perubahan perilaku keuangan digital dari waktu ke waktu, terutama di tengah perkembangan pesat teknologi keuangan dan regulasi yang terus berubah.

REFERENSI

Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, *50*, 179–211. https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T

Amalia, Z., & Effendi, D. (2022). *Pengaruh Faktor Demografi, Literasi Keuangan Dan Personality Traits Terhadap Perilaku Keuangan*.

Andriyani, P., & Sulistyowati, A. (2021). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Perilaku Keuangan Pelaku Umkm Kedai/Warung Makanan Di Desa Bahagia Kabupaten Bekasi. *Aliansi : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, *16*, 61–70. https://doi.org/10.46975/aliansi.v16i2.100

Angelia, A., Panjaitan, E. S., & Yunis, R. (2021). *Effect of Attitude on Mobile Banking Acceptance Using Extended UTAUT Model*. https://doi.org/10.35335/JURNALMANTIK.VOL5.2021.1440.PP1006-1013

Bandura, A. (1986). *Social Foundations of Thought and Action*. https://api.semanticscholar.org/CorpusID:142519016

Diaz Yustisia. (2023). *PayLater (BNPL): Tren dan Tips Maksimalkan Metode Pembayaran yang Menjanjikan ini*. Xendit.Co.

Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*.

Iramani, R., & Lutfi, L. (2021). An integrated model of financial well-being: The role of financial behavior. *Accounting*, 691–700. https://doi.org/10.5267/j.ac.2020.12.007

Iramani, R., & Rara Ayu Elviani. (2023). The Effect Of Literation, Attitude And Financial Risk Tolerance, Personality On Financial Management In Paylater Using Communities. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 5). http://journal.yrpipku.com/index.php/msej

Maizal Walfajri. (2019, December 9). *OJK sebut industri fintech hingga gadai bisa jadi penantang multifinance*. Kontan.Co.Id.

Masdupi, E., Sabrina, S., & Megawati, M. (2019). Literasi keuangan dan faktor demografi terhadap perilaku keuangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, *8*. https://doi.org/10.24036/jkmb.10884900

Mitchell, O., & Lusardi, A. (2011). Financial Literacy Around the World: An Overview. *Journal of Pension Economics and Finance*, *10*, 497–508. https://doi.org/10.2139/ssrn.1810551

Nor Hidayanti, Dwi Perwitasari Wiryaningtyas, Febri Ariyantiningsih, & Ayu Dita Windra Ciptasari. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater Melalui Financial Technology Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Abdurachman Saleh Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, *Vol. 2, No. 7, Juli*.

OJK. (2022). *SP - Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan Tahun 2022*.

Purwanto, H., Yandri, D., Prawira Yoga, M., Yoga, M. P., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Swadharma, I. (2022). *Perkembangan dan Dampak Financial Technology (Fintech) Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan di Masyarakat*.

Puspitasari, S. D., & Indrarini, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Masyarakat Surabaya Pada Masa Pandemi Covid-19. In *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* (Vol. 4, Issue 2). https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei

Putri, W. D., Fontanella, A., & Handayani, D. (2023). *Pengaruh Penggunaan Financial Technology, Gaya Hidup dan Pendapatan Orang Tua Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa*. *18*(1), 51–72. https://akuntansi.pnp.ac.id/jam

Rachman, A., Yochanan, E., Samanlangi, A., & Purnomo, H. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.

Rahmatika Sari. (2021). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, *7*(1), 44.

Uma Sekaran, & Roger Bougie. (2016). *Research methods for business : a skill-building approach*. www.wileypluslearningspace.com

Utami, N., & Isbanah, Y. (2023). Pengaruh Financial Literacy, Financial Attitude, Financial Technology, Sefl-Control, dan Hedonic Lifestyle terhadap Financial Behavior pada

Generasi Z di Jawa TimurPengaruh financial literacy, financial attitude, financial technology, self-control, dan hedonic lifestyle terhadap financial behavior. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 506–521. https://doi.org/10.26740/jim.vn.p506-521

Von Neumann, J., Morgenstern, O., Kuhn, H. W., & Rubinstein, A. (1944). Index. In *Theory of Games and Economic Behavior (60th Anniversary Commemorative Edition)* (pp. 727–740). Princeton University Press. http://www.jstor.org/stable/j.ctt1r2gkx.33

Wati, L., & Panggiarti, E. K. (2021). *Analisis Penggunaan Financial Technology, Literasi Keuangan Dan Perilaku Keuangan Mahasiswa Pelaku Usaha Online*. https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/edukasi/article/view/5834