

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Telaah Pustaka

2.1.1 *Theory of Planned Behaviour (TPB)*

Penelitian ini mengadopsi *Theory of Planned Behaviour (TPB)* sebagaimana dikemukakan oleh (Ajzen, 2020) *Theory of Planned Behaviour (TPB)* atau Teori Perilaku yang Direncanakan merupakan kerangka teoritis yang menjelaskan faktor-faktor pemicu munculnya intensi perilaku. Teori ini dikembangkan sebagai penyempurnaan dari *Theory of Reasoned Action (TRA)* melalui penambahan variabel *Perceived Behavioural Control (PBC)*. Berdasarkan *Theory of Planned Behaviour (TPB)*, perilaku individu dipengaruhi oleh tiga komponen utama. Komponen pertama adalah sikap, yang merujuk pada keyakinan seseorang mengenai manfaat atau kerugian dari suatu tindakan. Komponen kedua adalah norma subjektif, yang mencerminkan tekanan sosial dari lingkungan sekitar. Komponen ketiga adalah kontrol perilaku yang dirasakan, yang berkaitan dengan persepsi individu tentang kemudahan atau kesulitan dalam melaksanakan perilaku tertentu, serta keyakinan diri untuk menjalankannya.

Theory of Planned Behaviour (TPB) relevan dengan minat penggunaan *paylater* karena mempengaruhi sikap dan kontrol perilaku, sebagaimana terlihat pada individu yang memiliki literasi tinggi yang lebih peka terhadap risiko utang. Sementara itu, gaya hidup konsumtif terkait

dengan norma sosial serta sikap yang mendorong konsumsi, serta kontrol diri dan pendapatan memperkuat aspek kontrol perilaku.

Gender, sebagai variabel moderasi, mampu memoderasi keterkaitan tersebut, mengingat *Theory of Planned Behaviour* (TPB) membuka peluang untuk menganalisis faktor eksternal seperti demografi. Relevansi teori ini terletak pada penekanannya terhadap niat perilaku, yang selaras dengan konsep "Minat Penggunaan *Paylater*" di kalangan gen-z, serta telah diaplikasikan secara luas dalam riset perilaku keuangan, seperti penelitian mengenai keputusan pengambilan kredit.

2.1.2 Minat Penggunaan *Paylater*

Minat dapat didefinisikan sebagai dorongan psikologis internal yang dimiliki oleh manusia untuk mencapai tujuan-tujuan serta hal-hal tertentu. Selain itu, minat berperan sebagai landasan sekaligus pendorong bagi individu dalam upayanya (Nasution & Munir Misbahul, 2023). Sedangkan Rizza *et al.*, (2023) mengatakan minat penggunaan dapat didefinisikan sebagai kemampuan individu untuk mempelajari, menerapkan, atau menyesuaikan teknologi spesifik dalam rutinitas harian. Minat individu dapat diperkuat melalui pertumbuhan dan perkembangan yang lebih intensif apabila terdapat motivasi atau dorongan yang mendorong mereka untuk mengejar serta mengeksplorasi objek yang menarik bagi minat tersebut (Aurin & Kusumastuti, 2023).

Minat penggunaan dalam penelitian ini adalah minat penggunaan *paylater*. *Paylater* dapat didefinisikan sebagai alternatif metode pembayaran

yang mengimplementasikan sistem cicilan secara daring tanpa kebutuhan kartu kredit (Mizanulhaq, 2024). Layanan *paylater* memfasilitasi akses mudah terhadap cicilan kredit tanpa melibatkan prosedur yang kompleks.

Pemanfaatan fitur tersebut berpotensi memicu perilaku konsumsi impulsif di antara konsumen (Drajati & Hanantijo, 2025). Adapun indikator dari minat penggunaan *paylater* meliputi (Abed, 2024):

1. Persepsi kegunaan: keyakinan bahwa menggunakan *paylater* akan memberikan manfaat dalam transaksi, seperti mempermudah dan meningkatkan efisiensi pembayaran.
2. Persepsi kemudahan penggunaan: sejauh mana *paylater* dianggap mudah dipahami dan digunakan oleh pengguna.
3. Pengaruh sosial: dorongan dari lingkungan sosial seperti teman, keluarga, atau tren digital yang mempengaruhi keinginan untuk menggunakan *paylater*.
4. Kepercayaan pada layanan *paylater*: keyakinan bahwa layanan *paylater* aman, dapat diandalkan, dan memiliki reputasi baik sehingga meningkatkan minat penggunaan.
5. Kebiasaan penggunaan layanan keuangan digital: kecenderungan memakai layanan pembayaran digital secara berulang yang mendorong minat untuk memilih *paylater*.

2.1.3 Generasi Z

Gen-z lahir pada rentang waktu antara tahun 1997-2012. Gen-z, yang dikenal sebagai *digital natives*, berkembang seiring dengan kemajuan

internet, media sosial, serta perangkat *mobile*. Akibatnya, mereka mampu beradaptasi lebih cepat terhadap inovasi teknologi dan cenderung memilih konten informasi yang bersifat ringkas, cepat, serta interaktif (Athallah & Artadita, 2025). Dari segi keuangan, generasi ini umumnya menunjukkan kecenderungan perilaku konsumtif, yang terdorong oleh eksposur terhadap iklan digital serta kemudahan akses ke mekanisme pembayaran, seperti *Buy Now Pay Later* (BNPL) (Fandani, 2025).

Metode pembayaran *paylater* menarik perhatian gen-z, yang secara fundamental memahami teknologi terkini. Selain itu, sebagian besar anggota generasi ini belum memiliki sumber penghasilan tetap, namun mereka menunjukkan minat yang kuat untuk berbelanja melalui *paylater*. Meskipun dimungkinkan bagi gen-z untuk menggunakan *paylater* secara bijak, mayoritas dari mereka mengalami kesulitan dalam mengelola pembayaran tagihan terkait (Restike *et al.*, 2024).

2.1.4 Literasi Keuangan

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), literasi keuangan didefinisikan sebagai serangkaian proses atau aktivitas yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, serta keyakinan di kalangan konsumen dan masyarakat umum, sehingga mereka dapat mengelola keuangan pribadi dengan lebih efektif. Pemahaman mengenai literasi keuangan merupakan suatu keharusan yang harus dimiliki oleh setiap individu agar dapat mencapai kehidupan yang sejahtera secara ekonomi di masa mendatang (Salsabila, 2023). Rizqiyah & Reviandani (2025)

mengatakan dengan literasi keuangan yang memadai, pengguna dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai pendapatan serta manfaat dari pemanfaatan layanan *paylater*, yang pada gilirannya mendorong mereka untuk mengadopsi fitur tersebut secara bijak.



Gambar 2.1 Indeks Literasi Keuangan Indonesia 2024 Berdasarkan Usia

Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024, yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bersama Badan Pusat Statistik, mengungkapkan kemajuan substansial pada indeks literasi keuangan di Indonesia, meningkat dari 49,68% pada tahun 2022 menjadi 65,43%, sementara indeks inklusi keuangan mencapai angka 75,02%. Indeks literasi yang paling tinggi diamati pada kelompok usia 26-35 tahun (74,82%), kemudian diikuti oleh kelompok 36-50 tahun (71,72%) dan 18-25 tahun (70,19%), yang menandakan partisipasi aktif mereka dalam bidang karier serta manajemen keuangan. Di pihak lain, kelompok usia 15-17 tahun (51,70%) dan 51-79 tahun (52,51%) menampilkan indeks terendah, akibat

dari kurangnya pengalaman praktis serta hambatan dalam menyesuaikan diri dengan inovasi teknologi.

Dapat disimpulkan bahwa seseorang dengan literasi keuangan yang baik dapat mengelola, merencanakan, mengendalikan keuangannya akan lebih mudah mengatur kesejahteraan finansial (Lestari & Kartika, 2024). Adapun indikator dari literasi keuangan meliputi (Zaimovic *et al.*, 2023):

1. Pengetahuan keuangan dasar: kemampuan memahami konsep-konsep dasar seperti anggaran, tabungan, bunga, risiko dan produk keuangan yang relevan dalam kehidupan sehari-hari.
2. Perencanaan keuangan: kemampuan merencanakan penggunaan uang secara efektif termasuk membuat anggaran, menyiapkan dana darurat, serta menyusun tujuan keuangan jangka pendek dan panjang.
3. Pengelolaan keuangan: keterampilan dalam mengatur pengeluaran, menabung, mengendalikan utang, dan mengalokasikan sumber daya finansial secara bijak untuk mencapai tujuan keuangan yang diinginkan.

2.1.5 Gaya Hidup Konsumtif

Gaya hidup dapat didefinisikan sebagai pola perilaku individu yang melibatkan alokasi waktu dan pengeluaran uang, dengan pengaruh dari nilai-nilai, minat, serta aktivitas sehari-hari Tsabjanati & Safitri (2025) sedangkan Mizanulhaq (2024) mengatakan gaya hidup konsumtif didefinisikan sebagai praktik penggunaan produk yang tidak menyeluruh, di mana individu beralih ke produk baru dengan fungsi serupa sebelum produk sebelumnya

sepenuhnya habis dimanfaatkan. Menurut Maharani (2024) Gaya hidup individu terbentuk oleh berbagai faktor yang dapat diklasifikasikan ke dalam dua kategori utama, yaitu:

1. Faktor demografis merujuk pada atribut pribadi yang dapat diukur secara objektif, termasuk tingkat pendidikan, usia, pendapatan, serta jenis kelamin. Atribut-atribut tersebut menyediakan gambaran mengenai latar belakang serta kondisi eksistensi seseorang, yang secara tidak langsung memengaruhi pola tingkah laku dan keputusan hidupnya.
2. Faktor psikografis bersifat lebih kompleks dan mendalam, karena berkaitan dengan aspek psikologis serta perilaku konsumen, seperti nilai-nilai, minat, gaya hidup, dan kepribadian.

Individu yang menjalani gaya hidup konsumtif tinggi umumnya menunjukkan minat yang tinggi terhadap layanan *paylater*, dikarenakan layanan tersebut memfasilitasi pembelian instan tanpa pembayaran segera. Adapun indikator dari gaya hidup konsumtif meliputi (Rohmah *et al.*, 2024):

1. Mengutamakan membeli barang berdasarkan keinginan bukan kebutuhan: kecenderungan memilih barang hanya karena ingin memilikinya, bukan karena memang dibutuhkan.
2. Membeli barang secara berlebihan: sering melakukan pembelian barang dalam jumlah banyak atau lebih dari yang diperlukan.
3. Membeli produk karena iming-iming hadiah atau promosi: terpengaruh oleh tawaran gratisan, hadiah, atau diskon sehingga membeli produk.

4. Membeli produk karena kemasan yang menarik atau karena alasan gengsi/penampilan: keputusan pembelian dipengaruhi oleh tampilan produk atau keinginan menjaga citra diri.
5. Membeli produk untuk meningkatkan status sosial: konsumsi dilakukan sebagai simbol status, bukan semata fungsi barangnya.

2.1.6 Kontrol Diri

Kontrol diri didefinisikan sebagai bentuk pengendalian diri yang terkait dengan keyakinan intrinsik individu bahwa perilaku dan karakter mereka bersumber dari dalam dirinya sendiri Gesiradja (2021) sedangkan menurut Nurjanah *et al.*, (2024) kontrol diri merujuk pada kapasitas individu untuk mengarahkan perilakunya sesuai dengan norma moral, nilai-nilai, serta regulasi yang berlaku dalam masyarakat, sehingga menghasilkan tindakan yang bersifat positif. Individu yang memiliki tingkat *self-control* yang tinggi cenderung mampu menahan impuls konsumtif, membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta mengelola keuangan dengan lebih rasional. Sebaliknya, *self-control* yang rendah berpotensi memicu kesulitan dalam pengelolaan keuangan, khususnya saat berinteraksi dengan layanan *paylater* (Nisa & Setiawati, 2025). Adapun indikator dari kontrol diri meliputi (Amalia & Yulianti, 2025):

1. Kontrol perilaku: kemampuan untuk mengendalikan tindakan atau perilaku sehari-hari agar tidak bertindak impulsif, misalnya menahan diri dari melakukan pembelian yang tidak direncanakan.

2. Kontrol kognitif: kemampuan individu dalam mengolah dan mengevaluasi informasi untuk mengurangi dorongan impulsif serta membuat penilaian yang rasional.
3. Kontrol keputusan: kemampuan untuk memilih tindakan yang tepat berdasarkan pertimbangan tujuan jangka panjang, bukan mengikuti dorongan sesaat.
4. Pengendalian dorongan internal: kemampuan untuk menahan dorongan dan emosi yang muncul dari dalam diri, sehingga keputusan tidak langsung dipengaruhi oleh keinginan sesaat.
5. Pengaturan emosi: kemampuan untuk mengelola reaksi emosional agar tidak mendorong perilaku yang kurang bijak, seperti belanja berlebihan atau konsumtif tanpa kendali.

2.1.7 Pendapatan

Pendapatan merupakan faktor ekonomi yang mencerminkan jumlah penerimaan yang diperoleh individu dalam periode tertentu sebagai hasil dari aktivitas produktif, baik dari pekerjaan utama, pekerjaan sampingan, maupun sumber lainnya (Putri *et al.*, 2023). Tingkat pendapatan berkaitan erat dengan daya beli serta kemampuan seseorang dalam memenuhi berbagai kebutuhan hidup. Individu dengan pendapatan lebih tinggi umumnya memiliki ruang yang lebih luas dalam mengatur pengeluaran, memilih prioritas kebutuhan, serta merencanakan penggunaan dana untuk berbagai keperluan (Syakur & Alijoyo, 2024). Besaran pendapatan juga sering menjadi dasar dalam menilai kondisi kesejahteraan dan stabilitas ekonomi seseorang.

Pendapatan juga berhubungan dengan pendapatan disposabel, yaitu bagian pendapatan yang masih dapat digunakan setelah kewajiban utama terpenuhi. Bagian inilah yang biasanya dialokasikan untuk kebutuhan tambahan, tabungan, atau pengeluaran lain di luar kebutuhan pokok. Perbedaan tingkat pendapatan menyebabkan perbedaan pola pengeluaran, cara mengelola keuangan, serta keputusan dalam menggunakan sumber daya finansial (Rukaiyah *et al.*, 2024). Oleh sebab itu, pendapatan dapat digunakan sebagai indikator penting untuk memahami variasi perilaku ekonomi antarindividu dalam kehidupan sehari-hari. Adapun indikator pendapatan dalam penelitian ini yaitu (Ass & Zalsabila, 2024):

1. Jumlah pendapatan bulanan: total penerimaan uang yang diperoleh responden setiap bulan dari semua sumber seperti gaji, upah, honor, dan penghasilan lain.
2. Stabilitas pendapatan: tingkat konsistensi atau keteraturan penerimaan pendapatan setiap bulan (misalnya tetap setiap bulan atau fluktuatif).
3. Jumlah sumber pendapatan: banyaknya sumber penghasilan yang dimiliki responden (misalnya dari pekerjaan tetap, pekerjaan sampingan, bisnis, investasi).

2.1.8 Gender

Gender merujuk pada perbedaan yang terbentuk secara sosial antara laki-laki dan perempuan, yang mencakup aspek peran, fungsi, hak, tanggung jawab, serta perilaku, dan dipengaruhi oleh norma sosial, budaya, serta adat istiadat kelompok masyarakat, dengan kemungkinan perubahan sesuai

perkembangan waktu dan kondisi lingkungan setempat (Amarrisky, 2023). Nurdin (2024) mengatakan *gender* merujuk pada konsep yang melibatkan perbedaan peran antara laki-laki dan perempuan, yang ditentukan oleh perilaku serta sikap sosial di lingkungan sekitar, bukan oleh faktor biologis. *Gender* dapat diklasifikasikan ke dalam dua aspek utama, yakni *gender identity* dan *gender role*.

Gender identity merupakan elemen integral dari kepribadian manusia serta komponen fundamental dalam konsep diri individu. Sebaliknya, *gender role* merujuk pada seperangkat perilaku yang digunakan untuk menyampaikan kepada pihak lain apakah seseorang dianggap maskulin atau feminin, sesuai dengan norma-norma yang telah ditetapkan oleh budaya (Fauziah, 2024). Berdasarkan berbagai definisi yang telah diuraikan sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa *gender* merujuk pada perbedaan biologis antara pria dan wanita, yang dievaluasi melalui nilai-nilai serta perilaku mereka.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Haiqal <i>et al.</i> , (2024)	Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan <i>Paylater</i>	X ₁ = Literasi Keuangan X ₂ = Gaya Hidup Y = Minat Penggunaan <i>Paylater</i>	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah <i>Financial Literacy</i> dan <i>Lifestyle</i> berpengaruh terhadap	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan (X ₁) mempunyai nilai thitung sebesar 3,637 yang berarti lebih besar dari nilai t tabel

No.	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
				kecenderungan mahasiswa untuk menggunakan <i>Paylater</i>	sebesar 1,96899. Selain itu, nilai Signifikansi sebesar 0,000 menunjukkan lebih kecil dari ambang batas signifikansi sebesar 0,05. Dapat disimpulkan bahwa variabel literasi keuangan (X_1) mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap kecenderungan mahasiswa menggunakan <i>Paylater</i>
2.	Hilwana <i>et al.</i> , (2025)	Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna <i>Shopee Paylater</i> : Peran Moderasi Kontrol Diri pada Gen-Z	X_1 = Literasi Keuangan X_2 = Gaya Hidup Y = Perilaku Konsumtif Z = Kontrol Diri	Penelitian dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh literasi keuangan dan gaya hidup mampu memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna <i>Shopee Paylater</i> , yang	Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, kontrol diri menunjukkan pengaruh negatif

No.	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
				mempertimbangkan peran moderasi kontrol diri.	dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, variabel kontrol diri mampu memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif secara negatif dan signifikan, kontrol diri juga memoderasi pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif secara negatif dan signifikan.
3.	Ningsih <i>et al.</i> , (2023)	Pengaruh Literasi Keuangan, Manfaat <i>Paylater</i> dan Pendapatan Gen-Z Terhadap Minat Penggunaan <i>Paylater</i> di Platform Shopee Pada Kecamatan Tambun Selatan	X_1 = Literasi Keuangan X_2 = Manfaat <i>Paylater</i> X_3 = Pendapatan Gen Z Y = Minat Penggunaan <i>Paylater</i>	Penelitian ini digunakan untuk mengukur pengaruh literasi keuangan, manfaat <i>Paylater</i> dan pendapatan Gen-Z terhadap minat penggunaan <i>Paylater</i> di platform <i>shopee</i> pada Kecamatan Tambun Selatan.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan (X_1) secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan <i>Shopee Paylater</i> pada Kecamatan Tambun Selatan, manfaat <i>Paylater</i> (X_2) secara parsial berpengaruh terhadap minat penggunaan <i>Shopee Paylater</i> pada Kecamatan Tambun Selatan,

No.	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
					pendapatan (X_3) secara parsial berpengaruh terhadap minat penggunaan <i>Shopee Paylater</i> pada Kecamatan Tambun Selatan. Secara simultan X_1 , X_2 , dan X_3 berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan <i>Shopee Paylater</i> pada Kecamatan Tambun Selatan.
4.	Putri <i>et al.</i> , (2025)	Literasi Keuangan, Manfaat <i>Paylater</i> , dan <i>Locus of control</i> : Studi Perilaku Penggunaan <i>Shopee Paylater</i> di Kota Jambi	X_1 = Literasi Keuangan X_2 = Manfaat <i>Paylater</i> Y = <i>Locus Of Control</i>	Tujuan dari penelitian ini adalah melihat bagaimana pengetahuan keuangan dan keuntungan <i>Paylater</i> mempengaruhi penggunaan <i>Shopee Paylater</i> di kalangan Gen-Z di Kota Jambi.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan <i>Shopee Paylater</i> dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh manfaat <i>Paylater</i> . Selanjutnya, hal itu memengaruhi perilaku saat menggunakan <i>Shopee Paylater</i> dan memiliki dampak yang baik dan substansial pada <i>locus of control</i> . <i>Shopee Paylater</i> memperoleh

No.	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
					manfaat dari pengetahuan finansial tetapi <i>locus of control</i> tidak banyak membantu mengurangi dampaknya.
5.	Asih <i>et al.</i> , (2025)	Memahami Perilaku Konsumtif Generasi Milenial: Peran Gaya Hidup, <i>Locus of control</i> , dan Sikap Keuangan dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Moderasi	X ₁ = Gaya Hidup X ₂ = <i>Locus of control</i> X ₃ = Sikap Keuangan Y = Perilaku Konsumtif Z = Literasi Keuangan	Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh gaya hidup, <i>locus of control</i> , sikap keuangan terhadap perilaku konsumtif dengan literasi keuangan sebagai variabel moderasi.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup, <i>locus of control</i> , dan sikap keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif, sedangkan literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Selanjutnya hasil pengujian moderasi menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak dapat memoderasi pengaruh antara gaya hidup, <i>locus of control</i> , dan sikap keuangan terhadap perilaku konsumtif.

No.	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
6.	Qhairunisa & Cahyono, (2024)	Pengaruh Literasi Keuangan, Kemudahan, Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan <i>Shopee Paylater</i> Dimoderasi Gaya Hidup Islami	X_1 = Literasi Keuangan X_2 = Kemudahan X_3 = Persepsi Risiko Y = Keputusan menggunakan Z = Gaya hidup islami	Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris tentang literasi keuangan, kemudahan, dan persepsi risiko terhadap keputusan menggunakan.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan. Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan. Persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan. Penelitian ini juga menghasilkan literasi keuangan, kemudahan, dan persepsi risiko terhadap keputusan menggunakan yang dimoderasi oleh gaya hidup Islami berpengaruh positif dan signifikan.
7.	Mariyani & Risanta, (2025)	Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup,	X_1 = Literasi Keuangan X_2 = Gaya Hidup	Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji	Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa literasi keuangan, gaya

No.	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
		dan Perilaku Pembelian Impulsif Terhadap Penggunaan <i>Shopee Paylater</i> Pada Gen-Z di Banjarmasin	X_3 = Perilaku Pembelian Impulsif Y = Keputusan Penggunaan <i>Shopee Paylater</i>	bagaimana literasi keuangan, gaya hidup, dan perilaku pembelian impulsif mempengaruhi keputusan penggunaan <i>Shopee Paylater</i> .	hidup, dan pembelian impulsif berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan <i>Shopee Paylater</i> .
8.	Sofiyana & Aryanto, (2025)	Peran Kontrol Diri dalam Memediasi Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Interaksi Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna <i>Paylater</i> Gen Z di Kota Semarang	X_1 = Literasi Keuangan X_2 = Gaya Hidup X_3 = Interaksi Teman Sebaya Y = Perilaku Konsumtif Z = Kontrol Diri	Menganalisis peran kontrol diri dalam memediasi literasi keuangan, gaya hidup dan interaksi teman sebaya terhadap perilaku konsumtif pengguna <i>Paylater</i> Gen Z di Kota Semarang	Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan, gaya hidup, interaksi teman sebaya, dan kontrol diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Selain itu literasi keuangan, gaya hidup dan interaksi teman sebaya juga memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kontrol diri. Temuan lainnya menunjukkan

No.	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
					bahwa peran kontrol diri terbukti penting dalam mengelola dampak literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif, sementara kontrol diri tidak dapat memediasi gaya hidup dan interaksi teman sebaya terhadap perilaku konsumtif.
9.	Kamil & Indrawati, (2023)	Pengaruh <i>Financial Literacy</i> dan <i>Locus of control</i> terhadap Penggunaan Utang pada <i>Shopee Paylater</i>	$X_1 = \text{Financial Literacy}$ $X_2 = \text{Locus of control}$ $Y = \text{Financial Management Behavior}$	Tujuan dari penelitian ini yaitu mengetahui pengaruh financial literacy dan <i>locus of control</i> terhadap keputusan Penggunaan Utang Pada Produk <i>Shopee Paylater</i> .	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>financial literacy</i> dan <i>locus of control</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan utang pada produk <i>Shopee Paylater</i> pada Mahasiswa Pengguna di Jabodetabek.
10.	Prasinta <i>et al.</i> , (2024)	Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri terhadap	$X_1 = \text{Literasi Keuangan}$ $X_2 = \text{Gaya Hidup}$ $X_3 = \text{Kontrol Diri}$	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi	Berdasarkan hasil uji penelitian yang ditemukan bahwa literasi keuangan

No.	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
		Perilaku Konsumtif di Kalangan Gen-Z	Y = Perilaku Konsumtif	keuangan, gaya hidup, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif dikalangan Gen-Z dan post Z di Desa Karangtalun Kidul, Kecamatan Purwojati, Kabupaten Banyumas	berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif pada dikalangan Gen-Z dan Post Z di Desa Karangtalun Kidul, Kecamatan Purwojati, Kabupaten Banyumas. Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dikalangan Gen-Z dan Post Z di Desa Karangtalun Kidul, Kecamatan Purwojati, Kabupaten Banyumas. Kontrol diri berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif pada dikalangan Gen-Z dan Post Z di Desa Karangtalun Kidul, Kecamatan Purwojati, Kabupaten Banyumas.

Sumber: Penulis (2025)

2.3 Pengembangan Hipotesis

2.3.1 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Penggunaan *Paylater* Pada Gen-Z

Literasi keuangan merupakan elemen krusial bagi individu dalam mengelola pendapatan, guna memastikan kesejahteraan jangka panjang (Putra, 2023). Konsep ini mencakup kesadaran dan pengetahuan tentang produk serta institusi keuangan, ditambah keterampilan seperti perhitungan bunga majemuk, serta kemampuan luas dalam pengelolaan dana dan perencanaan finansial (Utomo, 2024). Qhairunisa & Cahyono (2024) menyatakan bahwa literasi keuangan memengaruhi minat penggunaan *paylater* secara negatif dan signifikan, yang dalam *Theory Planned Behavior* (TPB) dapat diartikan sebagai pembentukan sikap positif terhadap perilaku ini, di mana individu yang memiliki pengetahuan mengenai literasi keuangan (*financial literacy*) maka akan semakin baik pula seseorang dalam mengambil keputusan penggunaan keuangannya.

Nurdin (2024) menekankan peran literasi keuangan sebagai faktor utama dalam pemanfaatan *paylater*, yang sejalan dengan norma subjektif teori, karena pengetahuan finansial memengaruhi pertimbangan pandangan sosial atau kelompok tentang pengelolaan uang, mendorong gen-z memilih opsi bijak. Maharani (2024) menunjukkan dampak substansial literasi keuangan pada keputusan Gen-Z terkait *paylater*, yang terkait dengan kontrol perilaku yang dirasakan, sebab keterampilan seperti perencanaan keuangan meningkatkan rasa mampu menghindari utang tak terkendali.

Hal ini didukung oleh penelitian Qhairunisa & Cahyono (2024) dan Prayusi & Ingriyani (2023) yang menyimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap minat penggunaan *paylater*; namun tidak sejalan dengan penelitian Ningsih *et al.*, (2023) dan Nasiroh (2025) yang menyimpulkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *paylater*. Individu dengan literasi keuangan tinggi menunjukkan sikap waspada dan kritis saat menggunakan layanan tersebut, memperkuat komponen sikap dalam *Theory Planned Behavior*. Hal ini memungkinkan evaluasi risiko dan keuntungan sistem secara efektif, mengurangi risiko utang tak terkelola, serta mendukung niat dan perilaku finansial sehat di masa depan sesuai teori. Sehingga berdasarkan uraian diatas membentuk hipotesis:

H₁: Literasi Keuangan Berpengaruh Terhadap Minat Penggunaan *Paylater* Pada Gen-Z

2.3.2 Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Terhadap Minat Penggunaan *Paylater* Pada Gen-Z

Gaya hidup secara umum mencakup pola kehidupan yang dicirikan oleh aktivitas harian individu, nilai-nilai penting dalam lingkungan mereka, serta pandangan terhadap diri dan dunia sekitar (Kholila, 2021). Secara spesifik, ia menyoroti tindakan eksplisit konsumen, tercermin dalam pola hidup, kebiasaan belanja, dan manajemen waktu (Haiqal *et al.*, 2024). Dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB), gaya hidup membentuk *attitude toward the behavior*, di mana individu menilai *paylater* sebagai sarana positif untuk menjaga citra diri dan penampilan, meski risiko finansial. *Theory of Planned*

Behavior (TPB) menunjukkan pengaruh *subjective norms*, yakni tekanan sosial dari media sosial atau sebaya, yang mendorong gen-z memprioritaskan keinginan atas kebutuhan. *Trend e-commerce* pesat membuat gen-z lebih konsumtif, memengaruhi minat terhadap *paylater*. Tanpa pendapatan tetap, mereka sering gagal bayar cicilan tepat waktu. Ini menunjukkan *perceived behavioral control* rendah, dengan niat tinggi didorong *attitude* dan norma konsumtif.

Hasil penelitian (Salsabila, 2023) dan (Mizanulhaq, 2024) menemukan gaya hidup berpengaruh terhadap minat penggunaan *paylater*, yang berarti seseorang dengan gaya hidup tinggi akan meningkatkan minat penggunaan *paylater*. Berbeda dengan hasil penelitian Restike *et al.*, (2024) yang menemukan bahwa gaya hidup konsumtif tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *paylater*. Dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB), niat dari *attitude* positif, norma sosial, dan kontrol perilaku yang terlampaui keinginan memprediksi penggunaan *paylater* meski risiko. *Theory of Planned Behavior* (TPB) menjelaskan bagaimana gaya hidup gen-z mendorong konsumsi tidak berkelanjutan, menyarankan intervensi seperti pendidikan keuangan untuk tingkatkan kontrol perilaku. Sehingga berdasarkan uraian diatas membentuk hipotesis:

H₂: Gaya Hidup Konsumtif Berpengaruh Terhadap Minat Penggunaan *Paylater* pada Gen-Z

2.3.3 Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Minat Penggunaan *Paylater* Pada Gen-Z

Kontrol diri mencakup kapasitas individu untuk mengelola perilaku berdasarkan prinsip moral, nilai-nilai, dan norma sosial, menghasilkan tindakan konstruktif. Gesiradja (2021) mendefinisikannya sebagai kemampuan pengendalian diri yang berasal dari keyakinan internal, di mana individu meyakini perilaku mereka berasal dari dalam diri. Dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB), kontrol diri berkait erat dengan *perceived behavioral control*, yakni keyakinan untuk melakukan atau menahan perilaku, seperti menolak *paylater* meski dorongan konsumtif.

Hal ini sejalan dengan penelitian Wulandari (2023) dan Sari *et al.*, (2026) yang menemukan bahwa kontrol diri berpengaruh terhadap minat penggunaan *paylater*. Individu dengan kontrol diri baik lebih mampu menahan dorongan, menurunkan minat *paylater*. Dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB), *perceived behavioral control* tinggi diperkuat kontrol diri mengurangi niat, meski attitude positif konsumsi impulsif atau norma sosial dari media/sebaya mendukung. Perilaku aktual *paylater* berkurang, mencegah konsumsi tidak terkendali. *Theory of Planned Behavior* (TPB) menjelaskan kontrol diri sebagai intervensi efektif, seperti pendidikan nilai internal, untuk kurangi konsumsi gen-z. Sehingga berdasarkan uraian diatas membentuk hipotesis:

H₃: Kontrol Diri Berpengaruh Terhadap Minat Penggunaan *Paylater* Pada Gen-Z

2.3.4 Pengaruh Pendapatan Terhadap Minat Penggunaan *Paylater* Pada Gen-Z

Pendapatan mencerminkan kapasitas finansial individu dalam memenuhi kebutuhan serta mengelola pengeluaran. Individu dengan tingkat pendapatan yang lebih tinggi cenderung memiliki fleksibilitas keuangan yang lebih besar, sehingga memiliki lebih banyak pilihan dalam menentukan metode pembayaran (Julita *et al.*, 2022). Dalam konteks *Theory of Planned Behavior* (TPB), pendapatan berkaitan dengan *perceived behavioral control*, yaitu sejauh mana individu merasa memiliki sumber daya untuk melakukan suatu perilaku (Bhati *et al.*, 2022). Ketika individu merasa kondisi keuangannya memadai, mereka cenderung lebih percaya diri dalam menggunakan layanan pembayaran seperti *paylater*.

Individu dengan pendapatan terbatas mungkin melihat *paylater* sebagai solusi untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan meskipun dana belum tersedia (Martinelli *et al.*, 2023). Hal ini membentuk *attitude toward the behavior*, di mana *paylater* dipersepsikan sebagai alat bantu keuangan jangka pendek. Hal ini sejalan dengan penelitian Asja *et al.*, (2021) dan Rizqiyah & Reviandani (2025) yang menemukan bahwa pendapatan berpengaruh terhadap minat penggunaan *paylater*, namun tidak sejalan dengan penelitian Martinelli *et al.*, (2023) yang menemukan bahwa individu berpendapatan terbatas justru lebih berminat menggunakan *paylater*. Dengan demikian, pendapatan menjadi faktor penting yang memengaruhi minat gen-z dalam menggunakan *paylater*.

H₄: Pendapatan Berpengaruh Terhadap Minat Penggunaan *Paylater* Pada Gen-Z.

2.3.5 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Penggunaan *Paylater* Pada Gen-Z Dengan *Gender* Sebagai Moderasi

Tingkat literasi keuangan yang tinggi memfasilitasi pemahaman individu terhadap risiko *inheren* dalam penggunaan *paylater*, termasuk bunga, keterlambatan pembayaran, dan implikasi terhadap kondisi keuangan pribadi. Namun, dampak literasi keuangan pada minat penggunaan *paylater* bervariasi antar *gender*. Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB), literasi ini memodifikasi *perceived behavioral control*, yaitu keyakinan individu atas kemampuan mengelola risiko keuangan, sehingga menurunkan niat penggunaan *paylater* jika literasi tinggi.

Penelitian Sitompul *et al.*, (2024) mengungkapkan bahwa perempuan lebih sering memanfaatkan *paylater* akibat kecenderungan pengambilan keputusan konsumsi yang bersifat emosional. Sebaliknya, laki-laki dengan literasi keuangan tinggi cenderung lebih waspada dalam menggunakan *paylater*. Oleh karena itu, *gender* berfungsi sebagai variabel moderator yang memperkuat atau melemahkan keterkaitan antara literasi keuangan dan minat penggunaan *paylater*. Dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB), perbedaan ini dapat dijelaskan melalui *attitude toward the behavior* dan *subjective norms* perempuan mungkin menunjukkan *attitude* positif terhadap konsumsi emosional atau terpengaruh norma sosial yang mendorong pengeluaran impulsif, sehingga niat menggunakan *paylater* tinggi meskipun literasi

keuangan baik, laki-laki lebih mengandalkan *perceived behavioral control* yang berarti literasi keuangan tinggi dan minat penggunaan *paylater* rendah. Akibatnya, perilaku aktual penggunaan *paylater* berbeda berdasarkan *gender*.

Hal ini sejalan dengan penelitian Sitompul *et al.*, (2024) bahwa *gender* memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap minat penggunaan *paylater*, namun tidak sejalan dengan penelitian Risakotta (2023) yang menemukan bahwa *gender* tidak memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap pengelolaan keuangan. Dengan demikian, *Theory of Planned Behavior* (TPB) menyediakan kerangka pemahaman bahwa literasi keuangan tidak hanya memengaruhi minat, tetapi juga dimoderasi oleh *gender*, sehingga mendorong pola perilaku konsumtif yang berbeda antar kelompok. Sehingga berdasarkan uraian diatas membentuk hipotesis:

H₄: *Gender* Memoderasi Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Penggunaan *Paylater* Pada Gen-Z.

2.3.6 Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Terhadap Minat Penggunaan *Paylater* Pada Gen-Z Dengan *Gender* Sebagai Moderasi

Perbedaan *gender* juga dapat memengaruhi hubungan antara gaya hidup konsumtif dan minat penggunaan *paylater*. Perempuan cenderung memiliki gaya hidup yang lebih konsumtif dibandingkan laki-laki, terutama dalam hal belanja produk fashion, kecantikan, dan hiburan (Rahima & Cahyadi, 2022). Sitompul *et al.*, (2024) menegaskan bahwa perempuan merupakan kelompok yang paling sering memanfaatkan layanan *paylater*. Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB), gaya hidup konsumtif

ini mencerminkan *attitude toward the behavior* yang positif terhadap belanja impulsif, yang membentuk *intention* untuk menggunakan *paylater*. Perbedaan *gender* memperkuat *subjective norms* dan *perceived behavioral control*, di mana norma sosial yang mendukung dan keyakinan kemampuan yang lebih tinggi pada perempuan meningkatkan niat tersebut.

Oleh karena itu, *gender* dapat memperkuat hubungan positif antara gaya hidup konsumtif dan minat penggunaan *paylater*, di mana perempuan dengan gaya hidup konsumtif tinggi memiliki kemungkinan yang lebih besar untuk menggunakan layanan tersebut dibandingkan laki-laki. Hal ini sejalan dengan penelitian Melisa (2025) yang menemukan bahwa *gender* memoderasi pengaruh gaya hidup terhadap pengelolaan keuangan. Sehingga berdasarkan uraian diatas membentuk hipotesis:

H₆: *Gender* Memoderasi Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Terhadap Minat Penggunaan *Paylater* Pada Gen-Z.

2.3.7 Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Minat Penggunaan *Paylater* Pada Gen-Z Dengan *Gender* Sebagai Moderasi

Perbedaan dalam kemampuan kontrol diri sering kali terlihat antara pria dan wanita. Penelitian Rahima & Cahyadi (2022) mengindikasikan bahwa wanita umumnya menunjukkan kontrol diri yang lebih tidak stabil terhadap impuls emosional, terutama dalam bidang konsumsi. Sebaliknya, pria cenderung lebih konsisten dalam menahan dorongan untuk berbelanja secara impulsif. Hilwana *et al.*, (2025) serta Sofiyana & Aryanto (2025) menyatakan bahwa kontrol diri berkorelasi negatif dengan perilaku

konsumtif. Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (TPB), kontrol diri tersebut merepresentasikan *perceived behavioral control* yang membentuk *intention* untuk mengadopsi *paylater*. Meskipun demikian, dampak ini dapat bervariasi tergantung pada *gender*. Wanita dengan tingkat kontrol diri yang rendah akan lebih rentan tergoda untuk memanfaatkan *paylater*, sementara pria dengan kontrol diri yang tinggi akan lebih waspada dalam hal berutang. Hal ini sejalan dengan penelitian Nurdin (2024) yang menemukan bahwa *gender* memoderasi pengaruh kontrol diri terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Sehingga berdasarkan uraian diatas membentuk hipotesis:

H₆: *Gender* Memoderasi Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Minat Penggunaan *Paylater* Pada Gen-Z.

2.3.8 Pengaruh Pendapatan Terhadap Minat Penggunaan *Paylater* Pada Gen-Z dengan *Gender* sebagai Moderasi

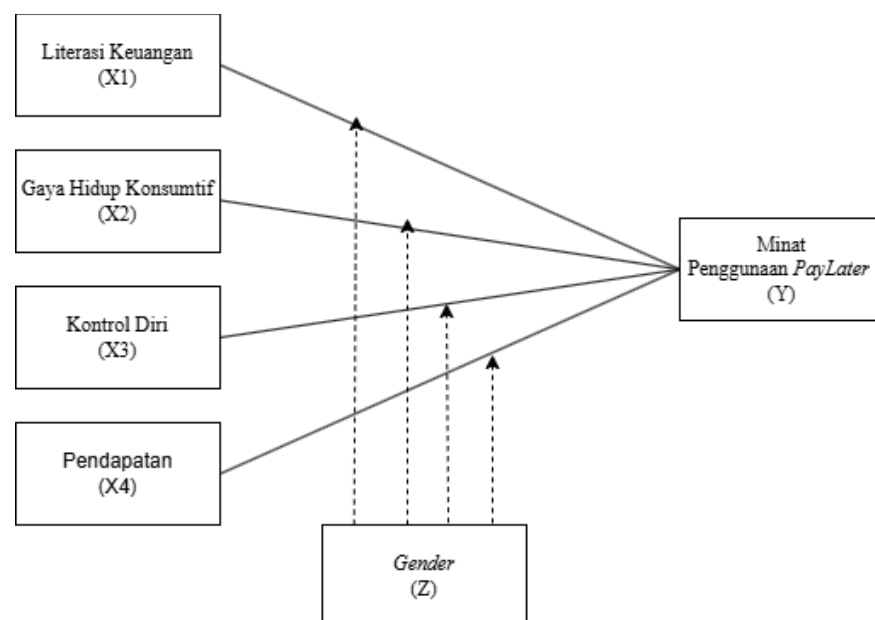
Pengaruh pendapatan terhadap minat penggunaan *paylater* dapat berbeda antara laki-laki dan perempuan. Perbedaan *gender* sering dikaitkan dengan perbedaan pola pengelolaan keuangan, prioritas pengeluaran, serta cara memandang risiko finansial (Fauziah, 2024). Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB), *gender* dapat memengaruhi *attitude toward the behavior* dan *perceived behavioral control*, sehingga memperkuat atau memperlemah hubungan antara pendapatan dan niat menggunakan *paylater*.

Perempuan cenderung lebih aktif dalam aktivitas belanja dan lebih responsif terhadap kebutuhan konsumsi tertentu, sehingga ketika memiliki pendapatan sendiri, mereka mungkin lebih terdorong menggunakan *paylater*

untuk menunjang gaya hidup (Syahira *et al.*, 2021). Namun, laki-laki sering kali lebih mempertimbangkan aspek rasional dan keberlanjutan finansial, sehingga meskipun memiliki pendapatan yang cukup, belum tentu memiliki minat tinggi menggunakan fasilitas kredit konsumtif (Syahira *et al.*, 2021). Oleh karena itu, *gender* berperan sebagai variabel moderasi yang memengaruhi kekuatan hubungan antara pendapatan dan minat penggunaan *paylater* pada gen-z. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian Melisa (2025) yang menemukan bahwa *gender* tidak memoderasi pendapatan terhadap pengelolaan keuangan.

H₈: *Gender* Memoderasi Pengaruh Pendapatan Terhadap Minat Penggunaan *Paylater* Pada Gen-Z.

2.4 Model Penelitian



Sumber: Data diolah (2025)

Gambar 2.2 Model Penelitian