
PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN GAYA HIDUP KONSUMTIF TERHADAP MINAT PENGGUNAAN *PAYLATER* PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR

Ayu Ashari Putriyani¹, Siti Hasbiah², Anwar³, Abdul Rahman⁴,
Annisa Paramaswary Aslam⁵

¹⁻⁵) Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri
Makassar

Email: putriyaniayuashari@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup konsumtif terhadap minat penggunaan *PayLater* di kalangan mahasiswa FEB UNM. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif. Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Makassar yang mengetahui atau pernah menggunakan layanan *PayLater*. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria mahasiswa aktif FEB UNM yang mengetahui atau pernah menggunakan *PayLater*. Data dikumpulkan melalui pembagian kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh tidak signifikan terhadap minat penggunaan *PayLater*, gaya hidup konsumtif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *PayLater*, dan secara simultan literasi keuangan dan gaya hidup konsumtif berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *PayLater*. Nilai *Adjusted R-square* menunjukkan bahwa kedua variabel independen mampu menjelaskan variasi minat penggunaan *PayLater* dengan kategori sedang. Hal ini berarti gaya hidup konsumtif merupakan prediktor yang lebih kuat dibandingkan literasi keuangan dalam membentuk minat mahasiswa menggunakan layanan *PayLater*.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Gaya Hidup Konsumtif, *Paylater*.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk pada sektor keuangan. Peningkatan penetrasi internet di Indonesia mendorong lahirnya berbagai inovasi layanan keuangan berbasis teknologi atau *financial technology* (*fintech*). Transformasi ini tidak hanya mengubah sistem pembayaran menjadi lebih praktis dan efisien, tetapi juga memengaruhi perilaku ekonomi dan gaya hidup Masyarakat (Bank Indonesia, 2024; Otoritas Jasa Keuangan, 2024). Salah satu inovasi *fintech* yang berkembang pesat adalah layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) atau *Paylater*, yang memungkinkan konsumen melakukan pembelian dengan skema pembayaran di kemudian hari tanpa menggunakan kartu kredit fisik.

Seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia, penggunaan layanan *Paylater* juga mengalami pertumbuhan yang signifikan. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2024), tingkat penetrasi internet di Indonesia terus meningkat setiap tahun sehingga mendorong adopsi berbagai layanan keuangan digital. Di sisi lain, Otoritas Jasa Keuangan (2024) melaporkan bahwa jumlah pengguna layanan BNPL

terus mengalami peningkatan, baik yang disediakan oleh perusahaan pembiayaan maupun sektor perbankan. Masuknya industri perbankan ke dalam layanan BNPL sejak tahun 2023 semakin memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap penggunaan Paylater sebagai salah satu alternatif pembiayaan digital. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa Paylater telah menjadi bagian dari sistem keuangan formal yang berpotensi memengaruhi perilaku konsumsi masyarakat, khususnya generasi muda.

Mahasiswa merupakan salah satu kelompok pengguna Paylater terbesar, terutama mahasiswa yang termasuk dalam Generasi Z. Kemudahan akses, proses pendaftaran yang cepat, serta banyaknya promo dari platform e-commerce menjadikan Paylater sebagai alternatif pembayaran yang menarik. Namun demikian, penggunaan Paylater di kalangan mahasiswa sering kali tidak hanya didorong oleh kebutuhan, tetapi juga dipengaruhi oleh gaya hidup konsumtif dan kecenderungan mengikuti tren yang berkembang di media sosial. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2016), gaya hidup merupakan pola hidup seseorang yang tercermin melalui aktivitas, minat, dan opininya sehingga dapat memengaruhi keputusan pembelian. Oleh karena itu, gaya hidup modern yang berorientasi pada kepuasan instan berpotensi meningkatkan perilaku pembelian impulsif di kalangan mahasiswa.

Dalam konteks tersebut, literasi keuangan menjadi faktor yang penting dalam membentuk perilaku keuangan individu. Literasi keuangan didefinisikan sebagai kemampuan seseorang dalam memahami konsep keuangan, mengelola keuangan pribadi, serta mengambil keputusan keuangan secara tepat dan bertanggung jawab (Organisation for Economic Co-operation and Development, 2020). Individu yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik cenderung mampu mempertimbangkan manfaat dan risiko sebelum menggunakan suatu produk keuangan, termasuk layanan Paylater. Sebaliknya, rendahnya literasi keuangan dapat meningkatkan risiko penggunaan Paylater secara berlebihan sehingga berpotensi menimbulkan utang konsumtif dan permasalahan keuangan di masa mendatang (Otoritas Jasa Keuangan, 2024).

Secara teoretis, minat penggunaan Paylater dapat dijelaskan melalui Theory of Planned Behavior yang dikemukakan oleh Icek Ajzen (1991) serta Technology Acceptance Model yang dikembangkan oleh Fred D. Davis (1989). Kedua teori tersebut menjelaskan bahwa niat seseorang dalam menggunakan suatu teknologi dipengaruhi oleh sikap, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, serta kontrol perilaku yang dimiliki individu. Meskipun demikian, hasil penelitian terdahulu masih menunjukkan temuan yang beragam mengenai pengaruh literasi keuangan terhadap minat penggunaan Paylater. Beberapa penelitian menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan Paylater, sedangkan penelitian lainnya menunjukkan bahwa literasi keuangan bukan merupakan faktor utama yang memengaruhi minat tersebut. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan masih adanya *research gap* yang perlu dikaji lebih lanjut, khususnya pada konteks mahasiswa di Indonesia.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk menguji secara empiris pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup konsumtif terhadap minat penggunaan Paylater pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Makassar. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur mengenai perilaku keuangan (*behavioral finance*) di era digital, sekaligus menjadi bahan pertimbangan bagi perguruan tinggi, pemerintah, dan penyedia layanan keuangan digital dalam merancang program peningkatan literasi keuangan mahasiswa sehingga penggunaan layanan Paylater dapat dilakukan secara lebih bijaksana dan bertanggung jawab.

KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) dikemukakan oleh Ajzen (1991) sebagai pengembangan dari Theory of Reasoned Action yang menjelaskan bahwa perilaku individu ditentukan oleh niat (*intention*) untuk melakukan perilaku tersebut. Niat dipengaruhi oleh tiga konstruk utama, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), norma subjektif (*subjective norms*), dan kendali perilaku yang dipersepsikan (*perceived behavioral control*). Sikap mencerminkan evaluasi individu terhadap suatu perilaku, norma subjektif berkaitan dengan tekanan sosial yang dirasakan, sedangkan kendali perilaku menggambarkan persepsi individu mengenai kemudahan atau kesulitan dalam melakukan perilaku tertentu.

Dalam konteks penelitian ini, TPB digunakan untuk menjelaskan minat mahasiswa dalam menggunakan layanan Paylater. Sikap mahasiswa terhadap penggunaan Paylater, pengaruh lingkungan sosial seperti teman sebaya, serta kemampuan mengendalikan keuangan pribadi dipandang sebagai faktor penting yang membentuk niat penggunaan. Semakin positif sikap dan semakin besar kendali perilaku yang dirasakan, maka semakin tinggi minat mahasiswa untuk menggunakan Paylater.

Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) dikembangkan oleh Davis (1989) untuk menjelaskan penerimaan individu terhadap suatu teknologi. Model ini menekankan dua konstruk utama, yaitu persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Persepsi manfaat diartikan sebagai tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan suatu sistem dapat meningkatkan kinerjanya, sedangkan persepsi kemudahan penggunaan merupakan tingkat keyakinan bahwa sistem tersebut mudah dipahami dan digunakan tanpa usaha yang berlebihan.

TAM relevan dalam menjelaskan penerimaan layanan Paylater sebagai teknologi keuangan digital. Mahasiswa akan cenderung berminat menggunakan Paylater apabila mereka menilai layanan tersebut memberikan manfaat nyata, seperti kemudahan transaksi

dan fleksibilitas pembayaran, serta mudah digunakan. Oleh karena itu, TAM digunakan sebagai landasan teori untuk memahami minat penggunaan Paylater di kalangan mahasiswa.

Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan konsep yang menggambarkan kemampuan individu dalam memahami dan mengelola keuangan pribadi secara efektif. Lusardi dan Mitchell (2007) menyatakan bahwa literasi keuangan adalah kebutuhan dasar bagi setiap individu agar terhindar dari kesulitan keuangan. Lebih lanjut, Lusardi et al. (2017) mendefinisikan literasi keuangan sebagai kemampuan untuk memperoleh, memahami, dan mengevaluasi informasi keuangan guna mengambil keputusan finansial yang tepat.

Chen dan Volpe (1998) menjelaskan bahwa literasi keuangan mencakup pengetahuan keuangan dasar, pengelolaan tabungan dan pinjaman, asuransi, serta investasi. Individu dengan tingkat literasi keuangan yang baik cenderung lebih bijak dalam mengelola pengeluaran dan penggunaan produk keuangan. Dalam penelitian ini, literasi keuangan dipandang sebagai faktor yang memengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan Paylater, karena pemahaman keuangan yang baik dapat mendorong penggunaan layanan keuangan secara lebih rasional.

Gaya Hidup Konsumtif

Gaya hidup konsumtif menggambarkan pola perilaku individu dalam mengonsumsi barang atau jasa yang lebih didorong oleh keinginan daripada kebutuhan. Kotler dan Keller (2016) mendefinisikan gaya hidup sebagai pola hidup seseorang yang tercermin dalam aktivitas, minat, dan opini. Sementara itu, Sumartono (2002) menyatakan bahwa perilaku konsumtif ditandai oleh pembelian impulsif, dorongan emosional, serta kecenderungan mengikuti tren dan simbol status.

Pada generasi Z, gaya hidup konsumtif sering dipengaruhi oleh media sosial dan kemudahan transaksi digital. Astuti et al. (2022) menjelaskan bahwa gaya hidup konsumtif tidak hanya dipengaruhi faktor ekonomi, tetapi juga faktor psikologis dan sosial. Dalam konteks penelitian ini, gaya hidup konsumtif diasumsikan dapat meningkatkan minat mahasiswa untuk menggunakan Paylater karena layanan tersebut memfasilitasi pemenuhan keinginan secara cepat dan praktis.

Minat Penggunaan

Minat penggunaan merupakan kecenderungan individu untuk menggunakan suatu sistem atau teknologi tertentu. Davis (1989) menyatakan bahwa minat penggunaan (*behavioral intention to use*) mencerminkan keinginan individu untuk menggunakan suatu sistem dan menjadi prediktor utama perilaku aktual. Venkatesh et al. (2003) menjelaskan bahwa minat penggunaan menunjukkan sejauh mana individu berniat menggunakan teknologi secara berkelanjutan.

Dalam penelitian ini, minat penggunaan Paylater dipahami sebagai keinginan mahasiswa untuk menggunakan layanan Paylater dalam transaksi keuangan. Minat tersebut dipengaruhi oleh literasi keuangan dan gaya hidup konsumtif, serta dijelaskan melalui kerangka TPB dan TAM sebagai landasan teoritis.

Paylater

Paylater merupakan salah satu inovasi financial technology yang menerapkan sistem pembayaran “beli sekarang bayar nanti”. Putri et al. (2023) mendefinisikan Paylater sebagai metode pembayaran kredit tanpa kartu kredit yang memungkinkan konsumen melakukan pembayaran secara cicilan atau pada waktu tertentu. Sari (2021) menyatakan bahwa Paylater memberikan kemudahan akses pembiayaan dengan proses registrasi yang relatif sederhana dibandingkan kartu kredit.

Meskipun menawarkan kemudahan dan fleksibilitas, penggunaan Paylater juga memiliki risiko apabila tidak diimbangi dengan pengelolaan keuangan yang baik. Oleh karena itu, pemahaman literasi keuangan dan pengaruh gaya hidup konsumtif menjadi penting dalam menjelaskan minat penggunaan Paylater di kalangan mahasiswa.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode *explanatory research*, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan suatu peristiwa atau keadaan yang terjadi pada saat ini maupun yang diprediksi akan terjadi di masa mendatang. Menurut Sari et al. (2022), *explanatory research* merupakan penelitian yang digunakan untuk menelusuri hubungan sebab-akibat antar variabel, sehingga mampu menjawab pertanyaan mengapa suatu fenomena terjadi. Dengan demikian, *explanatory research* tidak hanya berhenti pada penggambaran suatu gejala atau fakta (deskriptif), tetapi juga menganalisis lebih jauh mengenai penyebab dan akibat dari hubungan variabel yang diteliti. Dalam konteks penelitian ini, *explanatory research* digunakan untuk menjelaskan bagaimana literasi keuangan dan gaya hidup konsumtif dapat memengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan layanan *Paylater*.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini berupaya menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya dengan menggunakan data yang dapat diukur secara numerik. Menurut Kurniawan dan Puspitaningtyas (2023), pendekatan kuantitatif sangat sesuai digunakan dalam penelitian yang bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel serta menghasilkan kesimpulan yang bersifat objektif. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat mengetahui hubungan kausal secara lebih jelas antara variabel independen yaitu literasi keuangan (X_1) dan gaya hidup konsumtif (X_2), terhadap variabel dependen yaitu minat penggunaan *Paylater* (Y).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Makassar (FEB UNM) yang mengetahui dan/atau pernah menggunakan layanan *Paylater*. Populasi ini dipilih karena mahasiswa FEB UNM merupakan kelompok generasi muda yang sangat dekat dengan perkembangan teknologi finansial (*financial technology*), khususnya layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) atau *Paylater*, sehingga relevan untuk dijadikan objek penelitian.

Sampel penelitian ditentukan dengan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria atau pertimbangan tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa aktif FEB UNM program sarjana (S1).
2. Berusia minimal 18 tahun (memiliki KTP).
3. Mengetahui atau pernah menggunakan layanan *Paylater* (misalnya Shopee *Paylater*, *GoPaylater*, *Kredivo*, *Akulaku*, dan sejenisnya).
4. Bersedia menjadi responden dan mengisi kuesioner penelitian dengan jujur serta lengkap.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini merujuk pada pendapat Hair et al. (2010), yang menyarankan bahwa ukuran sampel pada penelitian kuantitatif dengan analisis multivariat idealnya adalah 5 sampai 10 kali jumlah indikator yang digunakan. Dalam penelitian ini terdapat 3 variabel dengan total 12 indikator, sehingga jumlah sampel minimum yang diperlukan adalah:

$$\text{Jumlah Sampel Minimum} = 5 \times 12 = 60$$

Namun, untuk meningkatkan keakuratan dan representativitas data, jumlah sampel dalam penelitian ini ditetapkan lebih besar dari nilai minimum tersebut, yaitu sebanyak 100 responden mahasiswa FEB UNM. Jumlah ini dianggap memadai untuk menghasilkan hasil analisis yang valid dan reliabel dalam model penelitian yang digunakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi mengenai karakteristik data dari masing-masing variabel penelitian. Statistik deskriptif menampilkan nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, *varians*, dan *range* dari setiap variabel yang diteliti. Analisis ini bertujuan untuk memberikan informasi awal mengenai distribusi dan penyebaran data sebelum dilakukan analisis lebih lanjut.

a. Variabel Literasi Keuangan

Adapun kategori pengambilan keputusan untuk variabel literasi keuangan, yaitu:

Tabel 4.1 Kategori Tingkat Literasi Keuangan

Kriteria Tingkat Literasi Keuangan	Keterangan
> 80 %	Tinggi
> 61 – 79 %	Sedang
< 60 %	Rendah

Sumber : Savitri et al., (2025)

Tingkat literasi keuangan dalam penelitian ini diklasifikasikan ke dalam tiga kategori, yaitu tinggi, sedang, dan rendah, yang didasarkan pada persentase jawaban benar responden terhadap instrumen literasi keuangan yang digunakan. Klasifikasi ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai tingkat pemahaman responden terhadap konsep-konsep keuangan dasar.

Mengacu pada Savitri et al. (2025), tingkat literasi keuangan dikategorikan tinggi apabila persentase jawaban benar lebih dari 80%, yang menunjukkan bahwa responden memiliki pemahaman yang sangat baik terhadap konsep keuangan, seperti inflasi, bunga, dan diversifikasi risiko. Tingkat literasi keuangan sedang ditunjukkan oleh persentase jawaban benar pada rentang 61% hingga 79%, yang mengindikasikan bahwa responden telah memiliki pemahaman yang cukup, namun masih memerlukan peningkatan pada beberapa aspek keuangan tertentu. Sementara itu, tingkat literasi keuangan dikategorikan rendah apabila persentase jawaban benar kurang dari 60%, yang menunjukkan bahwa pemahaman responden terhadap konsep keuangan masih terbatas dan memerlukan edukasi keuangan yang lebih intensif.

Berikut analisis deskriptif mengenai item pertanyaan dari variabel literasi keuangan (X1) dari 100 responden pengguna paylater:

Tabel 4.2 Analisis Deskriptif Responden Variabel X1

No	Pertanyaan					J Benar	% Benar	kor (1-5)	K ategori Literasi
INFLASI									
1	Jika inflasi meningkat, apa yang terjadi pada kemampuan	4	9			B	9%	7	Sedang

Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Konsumtif Terhadap Minat Penggunaan Paylater Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Makassar
Puriyani et al, 2026

No	Pertanyaan					J Benar	Benar %	kor (1-5)	Kategori Literasi
	membeli barang?								
2	Kenaikan harga barang secara terus menerus disebut:	6				A	6%	8	Tinggi
3	Saat inflasi tinggi, apa yang sebaiknya dilakukan mahasiswa?	5				A	5%	8	Tinggi
BUNGA A									
4	Jika kamu menabung Rp1.000.000 dengan bunga 5%, berapa uangmu setelah setahun?	9	5			A	9%	7	Sedang
5	Bunga majemuk berarti:	4	8			B	8%	5	Rendah
6	Manakah tingkat bunga yang lebih tinggi jika dihitung selama satu tahun?	7	8	1		B	8%	5	Rendah

No	Pertanyaan					J Benar	Benar %	kor (1-5)	K ategori Literasi
DIVERSIFIKASI RISIKO									
7	Apa tujuan utama diversifikasi dalam pengelolaan portofolio keuangan?	3	3	1		B	3%	7	Se dang
8	Manakah contoh diversifikasi?	8	1	0		C	0%	7	Se dang
9	Mengapa menaruh uang di satu aset berisiko?	7	6			A	7%	7	Se dang

Sumber: Data Diolah Peneliti (2026)

Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap 100 responden mahasiswa FEB UNM, tingkat literasi keuangan Pada indikator inflasi, mayoritas responden menunjukkan pemahaman yang baik terhadap konsep dasar inflasi. Sebanyak 79 responden (79%) memahami dengan benar bahwa inflasi menyebabkan kemampuan membeli turun, sementara hanya 2 responden (2%) yang menganggap inflasi tidak memiliki pengaruh terhadap daya beli. Pemahaman tentang definisi inflasi juga sangat tinggi, dengan 86 responden (86%) menjawab benar bahwa kenaikan harga barang secara terus menerus disebut inflasi, sedangkan hanya 1 responden (1%) yang keliru menganggapnya sebagai stagnasi. Dalam konteks pengelolaan keuangan saat inflasi tinggi, sebanyak 85 responden (85%) memilih untuk mengatur ulang pengeluaran sebagai strategi yang tepat, sementara hanya 1 responden (1%) yang memilih untuk mengabaikan perubahan harga.

Pemahaman responden tentang konsep bunga menunjukkan hasil yang cukup positif. Sebanyak 79 responden (79%) mampu menghitung dengan benar bahwa tabungan Rp1.000.000 dengan bunga 5% akan menjadi Rp1.050.000 setelah setahun, sedangkan hanya 2 responden (2%) yang salah menghitung menjadi Rp1.005.000.

Untuk konsep bunga majemuk, 58 responden (58%) memahami dengan benar bahwa bunga majemuk dihitung dari dana awal dan bunga sebelumnya, sementara hanya 3 responden (3%) yang keliru menganggap bunga tidak berubah setiap tahun. Dalam membandingkan tingkat bunga efektif, 58 responden (58%) mampu mengidentifikasi bahwa 1% per bulan lebih tinggi daripada 10% per tahun, sedangkan hanya 4 responden (4%) yang memilih 2% per kuartal.

Pada indikator diversifikasi risiko, responden menunjukkan pemahaman yang baik tentang pengelolaan risiko investasi. Sebanyak 73 responden (73%) memahami dengan benar bahwa tujuan utama diversifikasi adalah mengurangi risiko dengan menyebar aset, sementara hanya 3 responden (3%) yang keliru menganggap diversifikasi menjamin keuntungan pasti. Dalam mengidentifikasi contoh diversifikasi, 70 responden (70%) memilih jawaban yang benar yaitu membagi dana ke saham, deposito, dan reksa dana, sedangkan hanya 1 responden (1%) yang memilih menyimpan uang hanya dalam bentuk tunai. Mayoritas responden sebanyak 77 orang (77%) juga memahami bahwa menaruh uang di satu aset berisiko karena semua risiko terkumpul di satu tempat, sementara hanya 2 responden (2%) yang menganggap tidak ada risiko dalam konsentrasi aset.

Secara keseluruhan, mahasiswa FEB UNM menunjukkan tingkat literasi keuangan yang baik, dengan pemahaman terbaik pada konsep inflasi (86% menjawab benar pada definisi) dan diversifikasi risiko (77% memahami risiko konsentrasi aset). Namun, masih terdapat ruang untuk peningkatan pemahaman, terutama pada konsep bunga majemuk dan perhitungan bunga efektif, di mana masih terdapat 34-42% responden yang belum sepenuhnya memahami konsep tersebut.

b. Variabel Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap 100 responden mahasiswa FEB UNM, gaya hidup konsumtif ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel 4. 3 Analisis Deskriptif Responden Variabel X2

No	Pernyataan	Skala Likert					Mean	Kategori
		1 (STS)	2 (TS)	3 (N)	4 (S)	5 (SS)		
AKTIVITAS								
	Saya sering melihat produk di marketplace meskipun tidak sedang membutuhka n sesuatu.	5	11	17	42	25	3.71	Baik

No	Pernyataan	Skala Likert					Mean	Kategori
		1 (STS)	2 (TS)	3 (N)	4 (S)	5 (SS)		
	Saya jarang berbelanja kecuali benar-benar membutuhkan sesuatu.	3	10	22	44	21	3.7	Baik
	Saya melakukan pembelian barang untuk mengikuti tren tertentu.	13	18	32	31	6	2.99	Cukup Baik
MINAT								
	Saya tertarik membeli barang baru meskipun tidak ada kebutuhan mendesak.	11	17	35	27	10	3.08	Cukup Baik
	Ketertarikan saya pada suatu produk tidak membuat saya langsung ingin membelinya.	4	9	21	43	23	3.72	Baik
OPINI								
	Saya menyukai produk yang mendukung penampilan	5	5	20	45	25	3.8	Baik

Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Konsumtif Terhadap Minat Penggunaan Paylater Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Makassar
Puriyani et al, 2026

No	Pernyataan	Skala Likert					Mean	Kategori
		1 (STS)	2 (TS)	3 (N)	4 (S)	5 (SS)		
	dan gaya hidup sekarang.							
	Saya berpendapat bahwa membeli barang yang sedang tren dapat meningkatkan kepercayaan diri.	9	11	26	36	18	3.43	Baik
	Menurut saya, mengikuti tren melalui pembelian barang bukan hal yang penting.	2	10	25	36	27	3.76	Baik
	Saya merasa membeli barang bermerek menunjukkan gaya hidup modern.	12	14	35	29	10	3.11	Cukup Baik

Sumber: Data Diolah Peneliti (2026)

Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap 100 responden mahasiswa FEB UNM, gaya hidup konsumtif menunjukkan kategori cukup baik hingga baik dengan nilai mean berkisar antara 2.99 hingga 3.80. Nilai mean tertinggi terdapat pada item *"Saya menyukai produk yang mendukung penampilan dan gaya hidup sekarang"*

(mean 3.80, kategori baik) dengan 45 responden (45%) memilih setuju, sedangkan nilai mean terendah pada item "*Saya melakukan pembelian barang untuk mengikuti tren tertentu*" (mean 2.99, kategori cukup baik) dengan mayoritas 32 responden (32%) memilih netral. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa FEB UNM memiliki ketertarikan terhadap produk yang mendukung penampilan mereka, namun tidak terlalu terpengaruh oleh tren dalam melakukan pembelian, yang mengindikasikan adanya kontrol diri yang cukup baik dalam perilaku konsumtif.

c. Variabel Minat Penggunaan Paylater

Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap 100 responden mahasiswa FEB UNM, minat penggunaan PayLater ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel 4. 4 Analisis Deskriptif Responden Variabel Y

No	Pernyataan	Skala Likert					Mean	Kategori
		1	2	3	4	5		
		(STS)	(TS)	(N)	(S)	(SS)		
KETERTARIKAN MENGGUNAKAN PAYLATER								
	Saya merasa tertarik menggunakan layanan PayLater untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.	12	13	37	27	11	3.12	Cukup Baik
	Saya tidak tertarik mencoba layanan PayLater meskipun banyak digunakan oleh mahasiswa lain.	7	18	36	27	12	3.19	Cukup Baik
	Fitur yang ditawarkan PayLater	13	10	31	37	9	3.19	Cukup Baik

Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Konsumtif Terhadap Minat Penggunaan Paylater Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Makassar
Puriyani et al, 2026

No	Pernyataan	Skala Likert					Mean	Kategori
		1	2	3	4	5		
		(STS)	(TS)	(N)	(S)	(SS)		
	membuat saya ingin menggunakannya.							
	KEMUDAHAN AKSES DAN PENGGUNAAN							
	Saya merasa penggunaan PayLater sangat mudah dan praktis dalam transaksi online.	5	7	2	4	1	3	Ba ik
	Saya merasa layanan PayLater rumit dan kurang nyaman digunakan.	0	1	2	3	2	6	Cu kup Baik
	Saya dapat dengan mudah mengakses PayLater melalui aplikasi yang saya gunakan.	6	6	2	4	1	3	

No	Pernyataan	Skala Likert					Mean	Kategori
		1	2	3	4	5		
		(STS)	(TS)	(N)	(S)	(SS)		
KECENDERUNGAN MENGGUNAKAN PAYLATER DIMASA MENDATANG								
	Saya berencana menggunakan PayLater kembali dalam transaksi selanjutnya.	9	14	35	34	8	3.18	Cukup Baik
	Saya tidak berniat menggunakan PayLater lagi karena dianggap kurang menguntungkan.	8	20	39	22	11	3.08	Cukup Baik
	Saya cenderung memilih PayLater ketika membutuhkan pembayaran secara cepat dan fleksibel.	9	13	24	39	15	3.38	Cukup Baik

Sumber: Data Diolah Peneliti (2026)

Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap 100 responden mahasiswa FEB UNM, minat penggunaan PayLater menunjukkan kategori cukup baik hingga baik dengan nilai mean berkisar antara 2.91 hingga 3.62. Nilai mean tertinggi terdapat pada item "*Saya dapat dengan mudah mengakses PayLater melalui aplikasi yang*

saya gunakan" (mean 3.62, kategori baik) dengan 46 responden (46%) memilih setuju, diikuti item "Saya merasa penggunaan PayLater sangat mudah dan praktis dalam transaksi online" (mean 3.59, kategori baik) dengan 44 responden (44%) memilih setuju. Sedangkan nilai mean terendah pada item "**Saya merasa layanan PayLater rumit dan kurang nyaman digunakan**" (mean 2.91, kategori cukup baik) dengan mayoritas 35 responden (35%) memilih netral. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa FEB UNM menilai kemudahan akses dan penggunaan PayLater sebagai aspek yang paling menonjol, meskipun ketertarikan dan kecenderungan untuk menggunakan layanan ini secara berkelanjutan masih berada pada kategori cukup baik.

2. Analisis Inferensial

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah prosedur statistik yang digunakan untuk menguji ketepatan suatu instrumen dalam mengukur konstruk yang dimaksud. Suatu butir pernyataan dikatakan valid apabila memiliki hubungan yang signifikan dengan skor total variabel tempat butir tersebut berada. Validitas instrumen menunjukkan sejauh mana item-item pertanyaan mampu merepresentasikan dimensi teoretis dari variabel yang diukur. Pengujian validitas dalam penelitian kuantitatif umumnya dilakukan dengan teknik korelasi Pearson, di mana nilai korelasi antara skor butir dan skor total dibandingkan dengan nilai kritis pada taraf signifikansi tertentu.

Tabel 4. 5 Uji Validitas

Indikator	R hitung	R tabel	signifikansi	α	Keterangan
X1.1	.587**	0.1966	0.000	0.05	valid
X1.2	.572**	0.1966	0.000	0.05	valid
X1.3	.606**	0.1966	0.000	0.05	valid
X1.4	.577**	0.1966	0.000	0.05	valid
X1.5	.523**	0.1966	0.000	0.05	valid
X1.6	.390**	0.1966	0.000	0.05	valid
X1.7	.514**	0.1966	0.000	0.05	valid
X1.8	.473**	0.1966	0.000	0.05	valid
X1.9	.572**	0.1966	0.000	0.05	valid
X2.1	.597**	0.1966	0.000	0.05	valid
X2.2	.483**	0.1966	0.000	0.05	valid
X2.3	.549**	0.1966	0.000	0.05	valid
X2.4	.659**	0.1966	0.000	.05	valid
X2.5	.578**	0.1966	0.000	0.05	valid
X2.6	.688**	0.1966	0.000	0.05	valid
X2.7	.682**	0.1966	0.000	0.05	valid

Indikator	R hitung	R tabel	signifikansi	α	Keterangan
X2.8	.487**	0.1966	0.000	0.05	valid
X2.9	.623**	0.1966	0.000	0.05	valid
Y.1	.731**	0.1966	0.000	0.05	valid
Y.2	.401**	0.1966	0.000	0.05	valid
Y.3	.721**	0.1966	0.000	0.05	valid
Y.4	.689**	0.1966	0.000	0.05	valid
Y.5	.464**	0.1966	0.000	0.05	valid
Y.6	.680**	0.1966	0.000	0.05	valid
Y.7	.718**	0.1966	0.000	0.05	valid
Y.8	.380**	0.1966	0.000	0.05	valid
Y.9	.641**	0.1966	0.000	0.05	valid

Sumber: Hasil Olahan SPSS (2026)

Hasil uji validitas terhadap variabel literasi keuangan (X1) yang terdiri dari 9 indikator menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan valid. Nilai r hitung untuk setiap indikator literasi keuangan berkisar antara 0,390 hingga 0,606, dengan indikator X1.3 memiliki korelasi tertinggi sebesar 0,606 dan indikator X1.6 memiliki korelasi terendah sebesar 0,390. Seluruh nilai r hitung tersebut lebih besar dari r tabel (0,1966) dan memiliki nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator literasi keuangan mampu mengukur variabel dengan baik dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Hasil uji validitas untuk variabel gaya hidup konsumtif (X2) yang terdiri dari 9 indikator juga menunjukkan hasil yang valid. Nilai r hitung untuk variabel gaya hidup konsumtif berkisar antara 0,483 hingga 0,688, dengan indikator X2.6 memiliki nilai korelasi tertinggi sebesar 0,688 dan indikator X2.2 memiliki nilai korelasi terendah sebesar 0,483. Keseluruhan indikator gaya hidup konsumtif memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel (0,1966) dengan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$), yang mengindikasikan bahwa semua item pernyataan dapat mengukur variabel gaya hidup konsumtif secara tepat dan akurat.

Sementara itu, hasil uji validitas untuk variabel minat penggunaan paylater (Y) yang terdiri dari 9 indikator menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan valid. Nilai r hitung variabel minat penggunaan paylater berkisar antara 0,380 hingga 0,731, dengan indikator Y.1 memiliki korelasi tertinggi sebesar 0,731 dan indikator Y.8 memiliki korelasi terendah sebesar 0,380. Meskipun terdapat variasi nilai korelasi, namun semua indikator memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel (0,1966) dan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa kesembilan indikator tersebut mampu mengukur minat penggunaan paylater di

kalangan mahasiswa FEB UNM dengan valid dan dapat diandalkan untuk pengujian selanjutnya.

Berdasarkan hasil uji validitas tersebut, dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen penelitian yang terdiri dari 27 item pernyataan untuk ketiga variabel (literasi keuangan, gaya hidup konsumtif, dan minat penggunaan paylater) telah memenuhi syarat validitas. Seluruh indikator memiliki nilai r hitung $> r$ tabel dan nilai signifikansi $< 0,05$, sehingga kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini layak dan dapat dipercaya sebagai alat pengumpul data untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup konsumtif terhadap minat penggunaan paylater di kalangan mahasiswa FEB UNM.

b. Uji realibilitas

Uji reliabilitas merupakan prosedur untuk menilai sejauh mana suatu instrumen mampu menghasilkan data yang konsisten dan stabil dalam pengukuran berulang. Dalam penelitian kuantitatif, reliabilitas umumnya diukur melalui koefisien Alpha Cronbach, yang menunjukkan seberapa baik item-item dalam satu skala saling berkorelasi satu sama lain. Suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha mencapai atau melebihi ambang batas minimal 0,60.

Tabel 4. 6 Uji Realibilitas

Variabel	cronbach's alpha	standar r	keterangan
Literasi Keuangan (X1)	0.723	0.6	Reliabel
Gaya Hidup Konsumtif (X2)	0.746	0.6	Reliabel
Minat Penggunaan Paylater (Y)	0.747	0.6	Reliabel

Sumber: Hasil Olahan SPSS (2026)

Hasil uji reliabilitas terhadap variabel literasi keuangan (X1) menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,723. Nilai ini lebih besar dari standar minimum 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen untuk mengukur variabel literasi keuangan adalah reliabel. Hal ini menunjukkan bahwa kuesioner yang digunakan untuk mengukur literasi keuangan memiliki tingkat konsistensi yang baik dan dapat dipercaya untuk menghasilkan data yang stabil apabila digunakan berulang kali pada kondisi yang sama.

Uji reliabilitas untuk variabel gaya hidup konsumtif (X2) menghasilkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,746. Nilai ini berada di atas standar minimum reliabilitas yaitu 0,60, yang mengindikasikan bahwa instrumen penelitian untuk mengukur gaya hidup konsumtif memiliki tingkat keandalan yang baik. Dengan demikian, item-item pernyataan dalam kuesioner gaya hidup konsumtif mampu mengukur variabel secara konsisten dan dapat diandalkan untuk keperluan analisis data penelitian.

Sementara itu, hasil uji reliabilitas terhadap variabel minat penggunaan paylater (Y) menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,747, yang merupakan nilai tertinggi di antara ketiga variabel penelitian. Nilai ini jauh lebih besar dari standar minimum 0,60, sehingga instrumen untuk mengukur minat penggunaan paylater dinyatakan reliabel. Hal ini menunjukkan bahwa kuesioner yang digunakan memiliki konsistensi internal yang baik dalam mengukur minat mahasiswa FEB UNM untuk menggunakan layanan paylater.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tersebut, dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen penelitian yang terdiri dari tiga variabel yaitu literasi keuangan (0,723), gaya hidup konsumtif (0,746), dan minat penggunaan paylater (0,747) telah memenuhi syarat reliabilitas dengan nilai Cronbach's Alpha > 0,60. Ketiga variabel memiliki tingkat reliabilitas yang berada pada kategori baik, sehingga kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dapat diandalkan dan konsisten untuk mengukur variabel-variabel penelitian. Dengan terpenuhinya syarat validitas dan reliabilitas, maka instrumen penelitian layak digunakan untuk tahap analisis data selanjutnya.

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dengan ketentuan bahwa data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

Tabel 4. 7 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
	Unstandardized Residual	
N		100
Normal Parameters^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	4.21483935
Most Extreme Differences	Absolute	0.065
	Positive	0.047
	Negative	-0.065
Test Statistic		0.065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200^{c,d}

Sumber: Hasil Olahan SPSS (2026)

Berdasarkan hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov yang telah dilakukan terhadap 100 responden, diperoleh nilai test statistic sebesar 0,065 dengan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi yang ditetapkan yaitu 0,05 ($0,200 > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual dalam penelitian ini berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan pula dari nilai mean sebesar 0,0000000 yang mendekati nol dan standar deviasi sebesar 4,21483935.

Hasil uji normalitas juga menunjukkan nilai Most Extreme Differences dengan absolute sebesar 0,065, nilai positive sebesar 0,047, dan nilai negative sebesar -0,065. Seluruh nilai tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara distribusi data yang diamati dengan distribusi normal teoritis. Dengan terpenuhinya asumsi normalitas, maka model regresi dalam penelitian ini layak untuk digunakan dalam pengujian hipotesis dan dapat memberikan hasil estimasi yang tidak bias serta efisien.

2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dalam model regresi dapat dilihat dari nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Suatu model regresi dikatakan bebas dari multikolinearitas apabila memiliki nilai Tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 .

Tabel 4. 8 Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Toleranc e	VIF
1	(Constant)		
	X1	0.985	1.015
	X2	0.985	1.015
a. Dependent Variable: Y			

Sumber: Hasil Olahan SPSS (2026)

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, diperoleh nilai Tolerance untuk variabel literasi keuangan (X1) sebesar 0,985 dan nilai VIF sebesar 1,015. Nilai Tolerance tersebut lebih besar dari 0,10 ($0,985 > 0,10$) dan nilai VIF lebih kecil dari 10 ($1,015 < 10$), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel literasi keuangan tidak mengalami masalah multikolinearitas. Hal ini menunjukkan

bahwa variabel literasi keuangan tidak memiliki korelasi yang tinggi dengan variabel independen lainnya dalam model regresi.

Hasil uji multikolinearitas untuk variabel gaya hidup konsumtif (X2) juga menunjukkan nilai Tolerance sebesar 0,985 dan nilai VIF sebesar 1,015. Nilai Tolerance yang lebih besar dari 0,10 ($0,985 > 0,10$) dan nilai VIF yang lebih kecil dari 10 ($1,015 < 10$) mengindikasikan bahwa variabel gaya hidup konsumtif tidak mengalami masalah multikolinearitas. Dengan demikian, variabel gaya hidup konsumtif dapat digunakan bersama-sama dengan variabel literasi keuangan dalam model regresi tanpa menimbulkan bias dalam estimasi parameter.

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas tersebut, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat korelasi yang tinggi antar variabel independen dalam penelitian ini. Kedua variabel independen yaitu literasi keuangan dan gaya hidup konsumtif memiliki nilai Tolerance dan VIF yang memenuhi syarat bebas multikolinearitas. Nilai VIF yang sangat rendah (1,015) menunjukkan bahwa kedua variabel independen hampir tidak berkorelasi satu sama lain, sehingga model regresi layak digunakan untuk analisis lebih lanjut dan dapat menghasilkan estimasi parameter yang tidak bias.

3) Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas atau bersifat homoskedastisitas. Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji Glejser, yaitu dengan meregresikan nilai absolute residual (Abs_RES) terhadap variabel independen. Apabila nilai signifikansi variabel independen lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami masalah heteroskedastisitas.

Tabel 4. 9 Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.184	1.640		1.941	0.055
	X1	-0.040	0.127	-0.032	-0.316	0.753

	X2	0.01 1	0.048	0.023	0.22 9	0.81 9
a. Dependent Variable: Abs_RES						

Sumber: Hasil Olahan SPSS (2026)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dengan metode Glejser, diperoleh nilai signifikansi untuk variabel literasi keuangan (X1) sebesar 0,753 dengan nilai t sebesar -0,316 dan koefisien beta sebesar -0,040. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi yang ditetapkan yaitu 0,05 ($0,753 > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel literasi keuangan tidak menyebabkan terjadinya heteroskedastisitas dalam model regresi. Hal ini menunjukkan bahwa varians residual untuk variabel literasi keuangan bersifat konstan atau homogen.

Hasil uji heteroskedastisitas untuk variabel gaya hidup konsumtif (X2) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,819 dengan nilai t sebesar 0,229 dan koefisien beta sebesar 0,011. Nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 ($0,819 > 0,05$) mengindikasikan bahwa variabel gaya hidup konsumtif tidak menyebabkan masalah heteroskedastisitas dalam model regresi. Dengan demikian, varians residual untuk variabel gaya hidup konsumtif bersifat homoskedastisitas atau memiliki varians yang konstan.

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas tersebut, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami masalah heteroskedastisitas. Kedua variabel independen yaitu literasi keuangan dan gaya hidup konsumtif memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, yang menunjukkan bahwa varians residual bersifat homogen atau konstan pada setiap tingkat variabel independen. Dengan terpenuhinya asumsi heteroskedastisitas, maka model regresi memenuhi syarat Best Linear Unbiased Estimator (BLUE) dan layak digunakan untuk melakukan prediksi serta pengujian hipotesis.

d. Uji Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan (X1) dan gaya hidup konsumtif (X2) terhadap minat penggunaan paylater (Y) di kalangan mahasiswa FEB UNM. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS, diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 10,079 - 0,369X_1 + 0,700X_2$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Nilai konstanta sebesar 10,079 menunjukkan bahwa apabila variabel literasi keuangan (X1) dan gaya hidup konsumtif (X2) bernilai nol atau konstan, maka minat penggunaan paylater (Y) di kalangan mahasiswa FEB UNM akan sebesar 10,079 satuan. Dengan kata lain, tanpa adanya pengaruh dari literasi keuangan dan gaya hidup konsumtif, mahasiswa FEB UNM sudah memiliki tingkat minat dasar terhadap penggunaan layanan paylater sebesar 10,079.

Koefisien regresi variabel literasi keuangan (X1) sebesar -0,369 menunjukkan adanya pengaruh negatif terhadap minat penggunaan paylater. Nilai negatif ini mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan literasi keuangan akan menurunkan minat penggunaan paylater sebesar 0,369 satuan dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan mahasiswa, maka semakin rendah minat mereka untuk menggunakan layanan paylater. Mahasiswa yang memiliki pemahaman keuangan yang baik cenderung lebih berhati-hati dalam menggunakan layanan kredit digital seperti paylater karena mereka memahami risiko dan konsekuensi finansial yang mungkin timbul.

Koefisien regresi variabel gaya hidup konsumtif (X2) sebesar 0,700 menunjukkan adanya pengaruh positif terhadap minat penggunaan paylater. Nilai positif ini mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan gaya hidup konsumtif akan meningkatkan minat penggunaan paylater sebesar 0,700 satuan dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat gaya hidup konsumtif mahasiswa, maka semakin tinggi pula minat mereka untuk menggunakan layanan paylater. Mahasiswa dengan gaya hidup konsumtif cenderung memiliki keinginan untuk membeli berbagai produk atau jasa meskipun kemampuan finansial mereka terbatas, sehingga mereka tertarik menggunakan layanan paylater sebagai solusi untuk memenuhi keinginan konsumsi mereka.

Berdasarkan nilai koefisien regresi yang diperoleh, dapat dilihat bahwa variabel gaya hidup konsumtif (0,700) memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan dengan variabel literasi keuangan (-0,369) terhadap minat penggunaan paylater. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup konsumtif merupakan faktor yang lebih dominan dalam mempengaruhi minat mahasiswa FEB UNM untuk menggunakan layanan paylater dibandingkan dengan tingkat literasi keuangan mereka.

e. Uji Hipotesis

1) Uji Parsial (t)

Uji pengaruh parsial atau uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen secara individual berpengaruh secara

signifikan terhadap variabel dependen, dengan mengontrol variabel independen lain dalam model regresi. Kriteria pengambilan keputusan didasarkan pada nilai signifikansi (Sig.), di mana suatu variabel dinyatakan berpengaruh signifikan apabila nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05.

Tabel 4. 10 Uji Parsial

Coefficients ^a					
Model				t	Sig.
1	(Constant)	10.079	2.619	3.849	0.000
	X1	-0.369	0.203	-1.820	0.072
	X2	0.700	0.076	9.207	0.000
a. Dependent Variable: Y					

Sumber: Hasil Olahan SPSS (2026)

Berdasarkan hasil uji parsial, variabel literasi keuangan (X1) memiliki nilai t hitung sebesar -1,820 dengan nilai signifikansi sebesar 0,072. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi yang ditetapkan yaitu 0,05 ($0,072 > 0,05$). Selain itu, nilai t hitung (-1,820) lebih kecil dari t tabel (1,66071) dalam nilai mutlaknya untuk pengujian pengaruh negatif. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan paylater di kalangan mahasiswa FEB UNM, sehingga hipotesis pertama (H1) ditolak.

Hasil uji parsial untuk variabel gaya hidup konsumtif (X2) menunjukkan nilai t hitung sebesar 9,207 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan yaitu 0,05 ($0,000 < 0,05$). Selain itu, nilai t hitung (9,207) jauh lebih besar dari t tabel (1,66071). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup konsumtif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan paylater di kalangan mahasiswa FEB UNM, sehingga hipotesis kedua (H2) diterima.

2) Uji Simultan

Uji signifikansi simultan atau uji F bertujuan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel independen. Uji ini menguji keseluruhan model regresi, bukan masing-masing variabel secara individual. Keputusan diambil berdasarkan perbandingan antara nilai F hitung dengan F tabel pada taraf signifikansi 0,05, serta nilai signifikansi (Sig.) dari output SPSS. Jika nilai F hitung lebih besar dari F tabel atau nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka model regresi dinyatakan signifikan secara statistik.

Tabel 4. 11 Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1545.868	2	772.934	42.630	.000 ^b
	Residual	1758.722	97	18.131		
	Total	3304.590	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: hasil Olahan SPSS (2026)

Berdasarkan hasil uji simultan yang telah dilakukan, diperoleh nilai F hitung sebesar 42,630 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai F hitung tersebut jauh lebih besar dari F tabel ($42,630 > 3,09$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan yaitu 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup konsumtif secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan paylater di kalangan mahasiswa FEB UNM, sehingga hipotesis ketiga (H3) diterima.

Hasil uji F ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak atau fit untuk memprediksi minat penggunaan paylater. Kedua variabel independen yaitu literasi keuangan dan gaya hidup konsumtif secara simultan memberikan kontribusi yang signifikan dalam menjelaskan variasi minat penggunaan paylater di kalangan mahasiswa FEB UNM. Hal ini mengindikasikan bahwa untuk memahami fenomena minat penggunaan paylater di kalangan mahasiswa, perlu mempertimbangkan kedua faktor tersebut secara bersamaan, meskipun secara parsial literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan namun ketika dikombinasikan dengan gaya hidup konsumtif, kedua variabel tersebut mampu menjelaskan minat penggunaan paylater secara signifikan.

f. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 sampai 1, dimana semakin mendekati angka 1 berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Dalam penelitian ini, koefisien determinasi yang digunakan adalah Adjusted R Square karena lebih akurat dalam menjelaskan variasi variabel dependen ketika terdapat lebih dari satu variabel independen.

Tabel 4. 12 Uji koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.684 ^a	.468	.457	4.25807	1.950
a. Predictors: (Constant), X2, X1					
b. Dependent Variable: Y					

Berdasarkan Uji Koefisien Determinasi, diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,684 yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara variabel independen (literasi keuangan dan gaya hidup konsumtif) dengan variabel dependen (minat penggunaan paylater). Nilai R Square sebesar 0,468 atau 46,8% menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan dan gaya hidup konsumtif secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi minat penggunaan paylater sebesar 46,8%.

Nilai Adjusted R Square yang diperoleh adalah sebesar 0,457 atau 45,7%. Hal ini berarti bahwa 45,7% berada dalam kategori sedang variasi minat penggunaan paylater di kalangan mahasiswa FEB UNM dapat dijelaskan oleh variabel literasi keuangan dan gaya hidup konsumtif, sedangkan sisanya sebesar 54,3% (100% - 45,7%) dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Variabel lain yang mungkin mempengaruhi minat penggunaan paylater namun tidak diteliti dalam penelitian ini.

A. Pembahasan

1. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Penggunaan Paylater

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama (H1), diketahui bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan paylater di kalangan mahasiswa FEB UNM. Meskipun arah pengaruh menunjukkan koefisien negatif, namun pengaruh tersebut tidak signifikan secara statistik dengan nilai signifikansi yang lebih besar dari alpha. Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan paylater ditolak.

Ditinjau dari Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (1991), literasi keuangan seharusnya menjadi niat (intention) yang mengontrol individu untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku pengelolaan keuangan yang baik. Teori ini menjelaskan bahwa perilaku seseorang ditentukan oleh niat, dimana niat dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Dalam konteks penelitian ini, literasi keuangan diharapkan dapat membentuk sikap yang bijak terhadap penggunaan layanan kredit digital dan meningkatkan kontrol perilaku dalam pengelolaan keuangan pribadi.

Namun dalam konteks penggunaan paylater di kalangan mahasiswa FEB UNM, literasi keuangan tidak secara signifikan mempengaruhi minat mereka menggunakan layanan tersebut. Hal ini dapat dijelaskan melalui beberapa kemungkinan alasan. Pertama, mahasiswa dengan literasi keuangan tinggi mungkin tetap tertarik menggunakan paylater karena mereka memahami manfaat dari layanan ini seperti kemudahan transaksi, fleksibilitas pembayaran, dan promosi cashback yang menguntungkan jika digunakan secara bijak. Mereka memandang paylater bukan sebagai hutang konsumtif, melainkan sebagai instrumen manajemen arus kas yang dapat dioptimalkan selama digunakan dengan perencanaan yang matang.

Kedua, mahasiswa dengan literasi keuangan rendah justru mungkin memiliki kehati-hatian atau keterbatasan akses terhadap layanan paylater, baik karena tidak memahami cara penggunaannya, khawatir akan konsekuensi finansial, atau tidak memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh penyedia layanan. Ketiga, dalam konteks mahasiswa FEB UNM yang notabene adalah mahasiswa ekonomi dan bisnis, tingkat literasi keuangan mereka relatif lebih homogen dan berada pada level yang cukup baik, sehingga variasi literasi keuangan tidak cukup kuat untuk membedakan minat penggunaan paylater di antara mereka.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hipotesis yang diajukan dan berbeda dengan beberapa penelitian terdahulu. Penelitian Marentek et al. (2024) pada mahasiswa FEB Unsrat Manado menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan paylater. Demikian pula penelitian Mat et al. (2025) di Malaysia dan Lutfillah et al. (2024) di Kota Malang menunjukkan bahwa literasi keuangan digital berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menggunakan paylater. Namun demikian, hasil penelitian ini justru konsisten dengan temuan Sholehah dan Amaniyah (2024) yang menemukan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna Shopee Paylater di Universitas Trunojoyo Madura. Konsistensi hasil penelitian ini dengan temuan Sholehah dan Amaniyah (2024) menunjukkan bahwa dalam konteks tertentu, khususnya di kalangan mahasiswa pengguna layanan paylater, literasi keuangan tidak selalu menjadi faktor penentu yang signifikan dalam membentuk minat atau perilaku penggunaan layanan tersebut.

Temuan ini dapat dijelaskan melalui beberapa kemungkinan. Pertama, mahasiswa dengan literasi keuangan tinggi mungkin tetap tertarik menggunakan paylater karena mereka memahami manfaat dari layanan ini seperti kemudahan transaksi, fleksibilitas pembayaran, dan promosi yang menguntungkan jika digunakan secara bijak. Mereka memandang paylater bukan sebagai hutang konsumtif, melainkan sebagai instrumen manajemen arus kas yang dapat dioptimalkan selama digunakan dengan perencanaan yang matang. Kedua, mahasiswa dengan literasi keuangan rendah justru

mungkin memiliki kehati-hatian atau keterbatasan akses terhadap layanan paylater, baik karena tidak memahami cara penggunaannya, khawatir akan konsekuensi finansial, atau tidak memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh penyedia layanan. Ketiga, dalam konteks mahasiswa FEB UNM yang notabene adalah mahasiswa ekonomi dan bisnis, tingkat literasi keuangan mereka relatif lebih homogen dan berada pada level yang cukup baik, sehingga variasi literasi keuangan tidak cukup kuat untuk membedakan minat penggunaan paylater di antara mereka. Hasil penelitian ini memberikan implikasi penting bahwa literasi keuangan saja tidak cukup untuk menentukan minat seseorang dalam menggunakan layanan paylater, dan meskipun mahasiswa memiliki pengetahuan keuangan yang memadai, pengetahuan tersebut belum tentu diterapkan secara konsisten dalam keputusan penggunaan layanan kredit digital seperti paylater.

2. Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif terhadap Minat Penggunaan Paylater

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua (H2), diketahui bahwa gaya hidup konsumtif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan paylater di kalangan mahasiswa FEB UNM. Koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa setiap peningkatan gaya hidup konsumtif akan meningkatkan minat penggunaan paylater. Dengan demikian, hipotesis kedua (H2) yang menyatakan bahwa gaya hidup konsumtif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan paylater diterima.

Temuan ini sangat relevan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis. TAM menjelaskan bahwa penerimaan dan minat seseorang terhadap suatu teknologi dipengaruhi oleh dua konstruk utama, yaitu *perceived usefulness* atau persepsi manfaat dan *perceived ease of use* atau persepsi kemudahan penggunaan. Individu akan cenderung menerima dan berminat menggunakan suatu teknologi apabila mereka merasa teknologi tersebut memberikan manfaat nyata dan mudah digunakan. Dalam konteks penelitian ini, mahasiswa dengan gaya hidup konsumtif memiliki persepsi yang tinggi terhadap manfaat layanan paylater. Mereka menilai bahwa paylater sangat bermanfaat untuk mempermudah transaksi pembelian, memberikan fleksibilitas pembayaran, memungkinkan mereka membeli produk yang diinginkan tanpa harus menunda, serta membantu memenuhi kebutuhan konsumsi yang mendesak. Layanan paylater juga dipersepsikan mudah digunakan karena proses pendaftaran yang sederhana, persetujuan yang cepat, integrasi dengan berbagai platform e-commerce, dan tidak memerlukan persyaratan yang rumit seperti kartu kredit konvensional. Menurut TAM, ketika mahasiswa dengan gaya hidup konsumtif merasakan bahwa paylater memberikan manfaat untuk mendukung pola konsumsi mereka dan mudah untuk digunakan, maka akan terbentuk sikap positif terhadap layanan tersebut yang kemudian membentuk niat perilaku untuk menggunakan paylater, yang pada akhirnya mengarah pada penggunaan aktual.

Hasil penelitian ini sejalan dan konsisten dengan berbagai penelitian terdahulu. Penelitian Khaerunisa et al. (2024) pada mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon menemukan bahwa gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee Paylater. Penelitian Hilwana et al. (2025) juga menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Jabodetabek. Demikian pula penelitian Marentek et al. (2024) di FEB Unsrat Manado dan Lutfillah et al. (2024) di Kota Malang menemukan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat atau keputusan penggunaan paylater. Konsistensi hasil penelitian ini dengan berbagai temuan sebelumnya memperkuat argumentasi bahwa gaya hidup konsumtif merupakan prediktor yang kuat dan konsisten terhadap minat penggunaan layanan paylater di berbagai konteks dan lokasi penelitian.

Gaya hidup konsumtif yang mencerminkan pola konsumsi berlebihan dipengaruhi oleh aktivitas, minat, dan opini individu terhadap lingkungan sosialnya. Mahasiswa dengan gaya hidup konsumtif memiliki kecenderungan membeli barang atau jasa bukan karena kebutuhan mendasar, melainkan karena dorongan keinginan, gengsi, mengikuti tren terkini, atau pengaruh dari lingkungan pergaulan. Dalam kondisi keterbatasan finansial yang umumnya dialami mahasiswa, layanan paylater menjadi solusi yang sangat menarik karena memungkinkan mereka untuk memenuhi keinginan konsumsi secara instan. Layanan paylater menawarkan berbagai fitur yang sangat menarik bagi mahasiswa dengan gaya hidup konsumtif, seperti cicilan tanpa bunga, promo cashback, diskon khusus pengguna paylater, dan kemudahan tenor pembayaran. Mahasiswa memandang paylater sebagai enabler atau pemungkin untuk tetap dapat mengikuti tren fashion, kuliner, hiburan, gadget, dan gaya hidup lainnya tanpa terkendala oleh keterbatasan finansial jangka pendek. Hasil penelitian ini memberikan bukti empiris yang kuat bahwa gaya hidup konsumtif merupakan prediktor yang sangat signifikan terhadap minat penggunaan paylater di kalangan mahasiswa FEB UNM, dimana nilai koefisien regresi menunjukkan bahwa faktor gaya hidup memiliki pengaruh yang dominan dalam membentuk minat penggunaan paylater, bahkan lebih kuat daripada pertimbangan rasional berbasis literasi keuangan.

3. Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Konsumtif secara Simultan terhadap Minat Penggunaan Paylater

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga (H3), diketahui bahwa literasi keuangan dan gaya hidup konsumtif secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan paylater di kalangan mahasiswa FEB UNM. Nilai Adjusted R Square menunjukkan bahwa hampir setengah dari variasi minat penggunaan paylater dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen tersebut. Dengan demikian, hipotesis ketiga

(H3) yang menyatakan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup konsumtif secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan paylater diterima.

Dalam mengintegrasikan kedua teori yang digunakan dalam penelitian ini, Theory of Planned Behavior (TPB) dan Technology Acceptance Model (TAM) memberikan penjelasan yang komprehensif mengenai pengaruh simultan literasi keuangan dan gaya hidup konsumtif terhadap minat penggunaan paylater. TPB menjelaskan bahwa perilaku seseorang dibentuk oleh berbagai komponen yang saling berinteraksi, termasuk sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Sementara TAM menekankan pada aspek penerimaan teknologi yang dipengaruhi oleh persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan. Meskipun literasi keuangan secara parsial tidak berpengaruh signifikan, namun ketika dikombinasikan dengan gaya hidup konsumtif, kedua variabel tersebut mampu menjelaskan minat penggunaan paylater secara signifikan. Hal ini menunjukkan adanya efek kombinasi atau interaksi antara pengetahuan keuangan yang merupakan aspek kognitif dari TPB dengan pola konsumsi yang difasilitasi oleh penerimaan teknologi yang merupakan aspek behavioral dari TAM dalam membentuk keputusan mahasiswa untuk menggunakan layanan paylater. Mahasiswa FEB UNM dalam memutuskan untuk menggunakan paylater tidak hanya mempertimbangkan aspek rasional berbasis pengetahuan keuangan, tetapi juga aspek behavioral yang terkait dengan gaya hidup dan persepsi terhadap teknologi paylater itu sendiri.

Hasil penelitian ini konsisten dengan berbagai penelitian terdahulu yang menguji pengaruh simultan literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku finansial atau penggunaan layanan kredit digital. Penelitian Khaerunisa et al. (2024) menemukan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Penelitian Amelia et al. (2023) juga menunjukkan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Demikian pula penelitian Marentek et al. (2024) membuktikan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan paylater di kalangan mahasiswa FEB Unsrat Manado. Konsistensi temuan ini dengan berbagai penelitian sebelumnya memperkuat validitas eksternal dari hasil penelitian dan menunjukkan bahwa pola hubungan antara literasi keuangan, gaya hidup konsumtif, dan minat penggunaan paylater bersifat robust di berbagai konteks mahasiswa di Indonesia.

Literasi keuangan memberikan dasar pemahaman tentang produk keuangan, risiko, dan konsekuensi penggunaan kredit, sementara gaya hidup konsumtif memberikan motivasi dan dorongan untuk menggunakan paylater sebagai solusi pembiayaan konsumsi. Ketika kedua faktor ini bekerja secara bersamaan, mereka menciptakan kondisi dimana mahasiswa memiliki pengetahuan tentang paylater sekaligus memiliki kebutuhan dan keinginan untuk menggunakannya. Nilai koefisien

determinasi yang diperoleh menunjukkan bahwa model penelitian ini memiliki kemampuan prediksi yang cukup baik, dimana hampir setengah dari variasi minat penggunaan paylater dapat dijelaskan oleh literasi keuangan dan gaya hidup konsumtif, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian. Faktor-faktor tersebut dapat berupa pendapatan atau uang saku mahasiswa, pengaruh teman sebaya, intensitas penggunaan media sosial, financial parenting, kontrol diri, persepsi risiko, financial self-efficacy, promosi dan iklan layanan paylater, serta kemudahan akses teknologi sebagaimana yang telah diidentifikasi dalam berbagai penelitian terdahulu seperti Handayani et al. (2023), Aisjah (2024), dan Mat et al. (2025).

Temuan ini memberikan implikasi teoretis bahwa untuk memahami fenomena adopsi teknologi keuangan digital seperti paylater, diperlukan pendekatan multi-faktor yang mengintegrasikan aspek kognitif literasi keuangan yang dijelaskan melalui TPB dan aspek penerimaan teknologi yang didorong oleh behavioral factors gaya hidup konsumtif yang dijelaskan melalui TAM. Meskipun secara individual literasi keuangan tidak signifikan, namun ketika berinteraksi dengan gaya hidup konsumtif, kombinasi keduanya memberikan kontribusi yang signifikan dalam menjelaskan minat penggunaan paylater. Hal ini mengonfirmasi bahwa keputusan keuangan mahasiswa tidak murni rasional, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor psikologis, sosial, dan teknologi yang kompleks. Integrasi kedua teori ini juga menjelaskan mengapa gaya hidup konsumtif memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan literasi keuangan, dimana dari perspektif TAM, mahasiswa dengan gaya hidup konsumtif memiliki persepsi manfaat yang sangat tinggi terhadap paylater karena layanan ini secara langsung memfasilitasi pola konsumsi mereka, sementara dari perspektif TPB, meskipun literasi keuangan dapat membentuk kontrol perilaku yang lebih baik, namun norma subjektif berupa tekanan sosial untuk mengikuti tren dan gaya hidup tertentu serta sikap terhadap konsumsi yang sudah terbentuk lebih kuat dalam mempengaruhi niat untuk menggunakan paylater.

PENUTUP

1. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup konsumtif terhadap minat penggunaan paylater di kalangan mahasiswa FEB UNM, dapat disimpulkan

Literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan paylater di kalangan mahasiswa FEB UNM. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya literasi keuangan mahasiswa tidak mempengaruhi minat mereka untuk menggunakan layanan paylater.

Gaya hidup konsumtif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan paylater di kalangan mahasiswa FEB UNM. Semakin tinggi gaya hidup

konsumtif mahasiswa, maka semakin tinggi pula minat mereka untuk menggunakan paylater.

Literasi keuangan dan gaya hidup konsumtif secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan paylater di kalangan mahasiswa FEB UNM. Kedua variabel tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan minat penggunaan paylater sebesar 45,7 persen.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswa FEB UNM, disarankan untuk lebih bijak dalam menggunakan layanan paylater dan mengendalikan gaya hidup konsumtif. Mahasiswa sebaiknya menggunakan paylater hanya untuk kebutuhan penting dan memastikan kemampuan untuk melunasi tepat waktu agar terhindar dari masalah keuangan.
2. Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNM, disarankan untuk mengadakan program edukasi literasi keuangan digital melalui seminar atau workshop yang tidak hanya meningkatkan pengetahuan tetapi juga membentuk perilaku keuangan yang bertanggung jawab pada mahasiswa.
3. Bagi penyedia layanan paylater, disarankan untuk memberikan edukasi yang lebih baik kepada pengguna mahasiswa mengenai risiko dan konsekuensi penggunaan paylater, serta menerapkan sistem pengingat pembayaran yang efektif untuk mencegah keterlambatan.
4. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti kontrol diri, sikap keuangan, atau pengaruh teman sebaya yang dapat meningkatkan kemampuan prediksi model penelitian terhadap minat penggunaan paylater.

REFERENSI

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Alfin Hadi. (2024). Pengaruh literasi keuangan dan sikap keuangan terhadap minat penggunaan layanan *PayLater* dengan motivasi hedonis sebagai variabel mediasi. *Jurnal Manajemen Keuangan*, 12(1), 45-60.
- Amini, A., & Lestari, A. (2022). Pengaruh fintech terhadap perilaku konsumtif generasi milenial. *Jurnal Ekonomi Digital*, 5(2), 123-134.
- Aurin, A., & Kusumastuti, D. (2023). Literasi keuangan dan pengaruhnya terhadap pengambilan keputusan finansial. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 17(3), 210-225.
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). An analysis of personal financial literacy among college students. *Financial Services Review*, 7(2), 107-128.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.

- Desvronita, D. (2021). Minat penggunaan teknologi informasi: Studi literatur. *Jurnal Teknologi Informasi*, 9(1), 15-25.
- Fitria, N., & Prastiwi, D. (2021). Analisis penggunaan layanan *PayLater* di kalangan mahasiswa. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8(1), 50-60.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harja, Y. D., Irawan, M. I., & Ambarwati, R. (2019). Measure The Significance of Learning Value and Trust Factors for Online Learning Technology Acceptance in Indonesia. *IPTEK The Journal for Technology and Science*, 31(2), 188. <https://doi.org/10.12962/j20882033.v31i2.5583>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson.
- Humairo, S., & Sartika, D. (2021). Literasi keuangan dan pengaruhnya terhadap kesejahteraan finansial. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 9(2), 89-98.
- Jamaludin, J. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan teknologi. *Jurnal Sistem Informasi*, 10(1), 30-40.
- Jiwasiddi, S., et al. (2019). Penerimaan teknologi informasi di era digital. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, 7(2), 100-110.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Kredivo dan Katadata Insight Center. (2023). Laporan penggunaan *PayLater* di Indonesia. Diakses dari <https://katadata.co.id>
- Lestari, A., & Sari, R. (2022). Gaya hidup konsumtif dan pengaruhnya terhadap perilaku mahasiswa. *Jurnal Psikologi Konsumen*, 6(1), 45-55.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2007). Financial literacy and retirement preparedness: Evidence and implications for financial education. *Business Economics*, 42(1), 35-44.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5-44.
- Manurung, R., et al. (2022). Literasi keuangan dan perilaku konsumtif pada generasi Z. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(3), 150-160.
- Mu'amala, A. (2021). Literasi keuangan dan pengaruhnya terhadap pengelolaan keuangan pribadi. *Jurnal Keuangan Syariah*, 5(1), 20-30.
- Nadhifah, N., et al. (2024). Pengaruh media sosial terhadap gaya hidup konsumtif generasi Z. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 11(1), 70-80.
- Novendra, A., & Aulianisa, R. (2020). Analisis layanan *PayLater* di Indonesia. *Jurnal Teknologi Finansial*, 3(2), 45-55.
- Putri, D., & Andini, S. (2023). Minat penggunaan *PayLater* di kalangan mahasiswa. *Jurnal Manajemen Keuangan*, 14(1), 75-85.
- Rahmawati, S., & Mirati, R. (2022). Literasi keuangan dan gaya hidup konsumtif mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(2), 100-110.
- Rahmawati, S., & Ma, R. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi literasi keuangan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(1), 55-65.
- Rasmini, R., et al. (2018). Faktor psikologis dalam literasi keuangan. *Jurnal Psikologi Keuangan*, 4(1), 25-35.

Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Konsumtif Terhadap Minat Penggunaan Paylater Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Makassar
Puriyani et al, 2026

- Sanaky, U., et al. (2021). Metodologi penelitian kuantitatif. *Jurnal Metodologi Penelitian*, 7(1), 10-20.
- Sari, D. (2021). Perkembangan teknologi *PayLater* di Indonesia. *Jurnal Teknologi Finansial*, 2(1), 30-40.
- Samekto, A. (2021). Minat penggunaan sistem informasi. *Jurnal Sistem Informasi*, 8(2), 60-70.
- Sufyati, H. S., & Lestari, A. (2022). Pengaruh fintech terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Digital*, 6(1), 90-100.
- Syahputri, R., et al. (2023). Kerangka berpikir dalam penelitian sosial. *Jurnal Ilmu Sosial*, 12(1), 15-25.
- Windayani, W., & Astiti, N. (2020). Pengaruh kelompok pertemanan terhadap perilaku konsumtif. *Jurnal Psikologi Sosial*, 5(2), 80-90.
- Widi, R. (2011). Statistik untuk penelitian sosial. *Jurnal Statistik*, 3(1), 10-20.
- Yam, M., & Taufik, A. (2021). Penggunaan hipotesis dalam penelitian kuantitatif. *Jurnal Metodologi Penelitian*, 9(1), 40-50.
- Savitri, S. U., Segara, N. B., Surjanti, J., & Marzuqi, M. I. (2025). Tingkat literasi keuangan mahasiswa Universitas Negeri Surabaya. *Dialektika Pendidikan IPS*, 5(3), 13–20.