

Analisis Faktor-Faktor Penggunaan Layanan *Paylater* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Riau

Venny Oktavya^{1*}, Any Widayatsari², Darmayuda³

^{1,2,3} Riau University, Indonesia

*E-mail: venny.oktavya4581@student.unri.ac.id

Information Article

History Article

Submission: 29-09-2026

Revision: 20-10-2026

Published: 29-10-2026

DOI Article:

10.62421/jibema.v4i2.

ABSTRAK

Layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) memberikan kemudahan bagi mahasiswa, tetapi dapat menimbulkan risiko keuangan ketika pembayaran cicilan melebihi kemampuan keuangan mereka. Penelitian ini menganalisis kesehatan cicilan menggunakan rasio utang terhadap pendapatan atau Debt-to-Income Ratio (DTI) serta mendeskripsikan literasi keuangan, faktor sosial, perilaku konsumtif, persepsi kemudahan penggunaan, dan penggunaan BNPL pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Riau. Dengan pendekatan deskriptif kuantitatif dan teknik purposive sampling, penelitian ini menyurvei 100 mahasiswa pengguna BNPL melalui kuesioner daring berskala Guttman. Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif. DTI dihitung untuk 99 responden yang memberikan data uang saku bulanan dan cicilan secara lengkap. Karena kedua variabel dilaporkan dalam bentuk rentang, perhitungan menggunakan titik tengah setiap rentang. Rata-rata estimasi DTI sebesar 26,27%, dengan median 19,23%. Sebanyak 59 responden (59,60%) dikategorikan sehat, sedangkan 40 responden (40,40%) dikategorikan tidak sehat. Dari 40 responden dengan DTI tidak sehat, 36 memiliki uang saku bulanan hingga Rp1.000.000. Literasi keuangan (95,3%) dan persepsi kemudahan penggunaan (95,0%) berada dalam kategori sangat tinggi, sedangkan perilaku konsumtif (60,0%), penggunaan BNPL (49,7%), dan faktor sosial (42,5%) berada dalam kategori sedang. Meskipun 82% menggunakan BNPL hanya satu atau dua kali per bulan, 57% menggunakannya untuk memenuhi keinginan pribadi. Dengan demikian, risiko cicilan tidak sehat terkonsentrasi pada mahasiswa dengan uang saku terbatas, sedangkan tingginya literasi keuangan yang dilaporkan sendiri belum selalu diikuti keputusan cicilan yang sesuai dengan kemampuan keuangan mereka.

Kata Kunci: *Paylater*, Literasi Keuangan, Rasio Utang Terhadap Pendapatan, Perilaku Konsumen, Faktor Sosial, Kemudahan Penggunaan

ABSTRACT

Buy Now Pay Later (BNPL) services offer convenience to university students but may create financial risks when installment payments exceed their financial capacity. This study analyzes installment health using the Debt-to-Income Ratio (DTI) and describes financial literacy, social factors, consumptive behavior, perceived ease of use, and BNPL usage among students at the Faculty of Economics

Acknowledgment

and Business, Universitas Riau. Using a descriptive quantitative approach and purposive sampling, the study surveyed 100 student BNPL users through an online Guttman-scale questionnaire. Descriptive statistics were used to analyze the data. DTI was calculated for 99 respondents who provided complete monthly allowance and installment data. Because both variables were reported in ranges, the midpoint of each range was used. The average estimated DTI was 26.27%, with a median of 19.23%. A total of 59 respondents (59.60%) were classified as healthy, while 40 respondents (40.40%) were classified as unhealthy. Of the 40 respondents with an unhealthy DTI, 36 had monthly allowances of up to IDR 1,000,000. Financial literacy (95.3%) and perceived ease of use (95.0%) were in the very high category, while consumptive behavior (60.0%), BNPL usage (49.7%), and social factors (42.5%) were in the moderate category. Although 82% used BNPL only once or twice per month, 57% used it to fulfill personal wants. Unhealthy installment risks were therefore concentrated among students with limited allowances, while high self-reported financial literacy was not always followed by installment decisions suited to their financial capacity.

Keyword: *Paylater, Financial Literacy, Debt-To-Income Ratio, Consumer Behavior, Social Factors, Ease Of Use*

©2026 Published by JIBEMA. Selection and/or peer-review under responsibility of JIBEMA

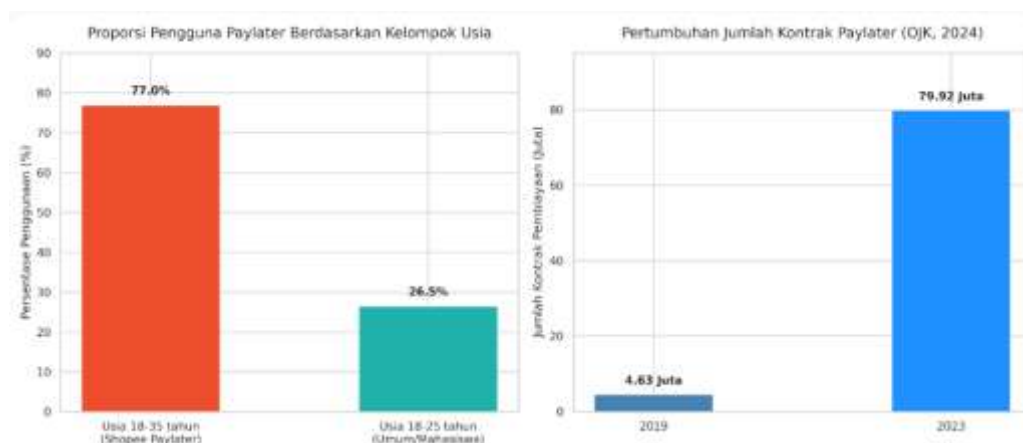
PENDAHULUAN

Sistem pembayaran berbasis teknologi di Indonesia mulai berkembang dengan diperkenalkannya anjungan tunai mandiri (ATM) pada pertengahan 1980-an. ATM menjadi terobosan besar dalam layanan perbankan elektronik, yang membuka jalan bagi pertumbuhan sistem pembayaran nontunai dan munculnya berbagai layanan keuangan digital serta teknologi finansial (fintech) (Bank Indonesia, 2025). Hingga 2000-an, perbankan di Indonesia umumnya masih beroperasi secara konvensional, dengan interaksi nasabah dan bank sepenuhnya berlangsung melalui kantor cabang fisik. Fintech mulai muncul pada awal abad ke-21, meskipun cakupannya masih terbatas. Perubahan besar baru terjadi setelah 2010, ketika penggunaan internet dan perangkat seluler semakin meluas, sehingga mendorong kolaborasi antara sektor perbankan dan fintech melalui integrasi layanan pembayaran, pengembangan produk keuangan digital, dan penerapan open banking. Sejak 2022, kedua sektor semakin mengembangkan layanan berbasis super-app yang menggabungkan layanan keuangan dan nonkeuangan, seperti perdagangan elektronik dan layanan gaya hidup (Widayatsari et al., 2025).

Kemajuan teknologi juga telah mengubah pola perdagangan secara mendasar. Transaksi yang sebelumnya hanya dapat dilakukan secara langsung kini dapat berlangsung secara daring tanpa interaksi tatap muka (Anggraini & Pradananta, 2024). Estimasi Kementerian Perdagangan Republik Indonesia menunjukkan bahwa nilai transaksi perdagangan elektronik nasional meningkat tajam pada periode

setelah pandemi COVID-19, dari Rp253 triliun pada 2020 menjadi Rp401 triliun pada 2021, atau meningkat sekitar Rp148 triliun (Setyowati, 2024). Peningkatan ini menunjukkan bahwa pandemi turut mempercepat pertumbuhan perdagangan elektronik dan mempertahankan transaksi digital hingga 2024. Peralihan dari pembayaran konvensional ke pembayaran digital menjadikan transaksi lebih cepat, praktis, dan dapat diakses hanya melalui telepon pintar.

Seiring meluasnya penggunaan internet, perdagangan elektronik, dan aplikasi keuangan digital, layanan pembayaran berbasis utang jangka pendek seperti *Buy Now Pay Later* (BNPL) atau “*paylater*” juga berkembang pesat. *Paylater* merupakan instrumen kredit konsumen yang memungkinkan pembelian secara langsung dengan menunda pembayaran selama periode tertentu, umumnya tanpa bunga atau dengan bunga rendah untuk jangka waktu tertentu (Relja et al., 2024). Melalui layanan ini, konsumen dapat membeli terlebih dahulu dan membayarnya kemudian, baik sekaligus maupun secara cicilan (Saragih dan Lestari 2022). Pengguna memperoleh sejumlah manfaat, seperti fleksibilitas pembayaran, pendaftaran yang relatif mudah, tidak memerlukan kartu kredit, serta berbagai promosi, diskon, dan penawaran cashback. Namun, kemudahan tersebut dapat memicu perilaku konsumsi yang tidak terkendali, khususnya ketika *paylater* digunakan bukan untuk kebutuhan mendesak, melainkan untuk memenuhi keinginan konsumtif, mengikuti tren, atau akibat pengaruh promosi digital yang masif (Anjaswuri dan Mulyani, 2024). Berbagai perusahaan aplikasi juga menawarkan layanan *paylater* yang dapat digunakan untuk beragam transaksi, mulai dari produk fesyen, transportasi, makanan, hingga produk lainnya (Utami, 2022).



Gambar 1. Jumlah Pengguna dan Pertumbuhan Paylater

Sumber: data diolah (2026)

Data penggunaan menunjukkan bahwa kelompok usia 18-35 tahun paling banyak menggunakan Shopee *Paylater*, yaitu sebesar 77 persen (Hutahaean, 2025). Menurut OJK 2024, jumlah kontrak pembiayaan *paylater* meningkat dari 4,63 juta pada 2019 menjadi 79,92 juta pada 2023, dan pada November 2025 piutang *paylater* mencapai Rp37,44 triliun, dengan pertumbuhan tahunan sebesar

20,34 persen. Laporan Muhamad (2024) juga mencatat bahwa 26,5 persen penggunaan *paylater* berasal dari kelompok usia 18-25 tahun, yang sebagian besarnya merupakan mahasiswa. Dengan demikian, mahasiswa menjadi salah satu segmen pengguna *paylater* terbesar.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Riau memiliki 3.315 mahasiswa aktif jenjang sarjana yang tersebar pada program studi Akuntansi (1.311 mahasiswa), Manajemen (1.310 mahasiswa), dan Ekonomi Pembangunan (694 mahasiswa). Mahasiswa FEB relevan untuk diteliti karena dekat dengan pengetahuan ekonomi, keuangan, dan perkembangan pembayaran digital. Valencia et al. (2023) menyatakan bahwa mahasiswa FEB secara teoretis memahami konsep ekonomi dan pengelolaan keuangan, tetapi dalam praktiknya tetap rentan terhadap tekanan gaya hidup, perilaku konsumtif, dan utang digital. Mahasiswa berada dalam masa transisi menuju kemandirian keuangan, sementara sebagian besar belum memiliki pendapatan tetap dan masih mengandalkan uang saku dari orang tua sehingga rentan mengalami masalah keuangan. Penggunaan *paylater* pada mahasiswa dapat meningkatkan risiko utang, penumpukan tagihan, denda keterlambatan, dan gangguan pengelolaan keuangan pribadi apabila tidak disertai literasi keuangan yang memadai (Restike et al., 2024). Pengguna dengan literasi keuangan rendah lebih mungkin mengambil keputusan keuangan yang kurang tepat dan menghadapi konsekuensi keuangan yang tidak diinginkan (Leonita dan Wulandari, 2024).

Selain itu, tenggang waktu pembayaran memberikan ruang bagi mahasiswa untuk mengatur arus kas jangka pendek sehingga *paylater* tampak ringan, aman, dan fleksibel (Maesen dan Ang, 2025). Konsumsi mahasiswa juga dapat dibentuk oleh faktor eksternal seperti iklan, promosi digital, media sosial, pemengaruh, idola, dan lingkungan pertemanan. Oleh karena itu, keputusan menggunakan *paylater* tidak selalu berasal dari pertimbangan yang sepenuhnya rasional, tetapi juga dari tekanan tren dan rangsangan pemasaran digital (Aisjah, 2024). Perilaku konsumtif juga tidak dapat diabaikan. Menurut Syifaudin (2024), perilaku ini mencerminkan keinginan mengonsumsi barang secara berulang dan berlebihan meskipun barang tersebut tidak dibutuhkan dan bukan merupakan kebutuhan pokok. Dalam banyak kasus, keputusan pembelian muncul akibat insentif platform seperti diskon, cashback, potongan harga khusus *paylater*, dan flash sale. Dengan demikian, penggunaan *paylater* tidak selalu didorong oleh kebutuhan mendesak, tetapi juga oleh daya tarik promosi, kemudahan penggunaan, fleksibilitas pembayaran, dan promosi digital (Valencia-arias et al., 2023).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini membahas dua pertanyaan: (1) bagaimana Debt-to-Income Ratio (DTI) penggunaan *paylater* pada mahasiswa FEB Universitas Riau, dan (2) faktor apa yang paling menonjol dalam penggunaan *paylater* pada mahasiswa FEB Universitas Riau. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menganalisis DTI *paylater* dan mendeskripsikan faktor-faktor penggunaan *paylater*, yaitu literasi keuangan, faktor sosial, perilaku konsumtif, dan kemudahan

penggunaan pada mahasiswa FEB Universitas Riau.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Riau (FEB UNRI), Kota Pekanbaru. Lokasi ini dipilih karena FEB UNRI memiliki jumlah mahasiswa aktif yang relatif besar, dekat dengan perkembangan teknologi digital dan layanan keuangan daring, serta dianggap memiliki literasi ekonomi yang relatif baik. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Data primer berupa tanggapan kuesioner numerik dari mahasiswa, sedangkan data sekunder berasal dari literatur, buku, penelitian terdahulu, dan internet.

Populasi penelitian mencakup mahasiswa aktif FEB UNRI pengguna *paylater* yang jumlahnya tidak diketahui. Mahasiswa FEB UNRI dipilih karena memiliki pemahaman dasar mengenai konsep ekonomi dan pengelolaan keuangan (Kurnia et al., 2023), serta termasuk generasi muda yang aktif menggunakan teknologi keuangan digital dengan pola konsumsi yang dinamis (Lutfillah et al., 2024). Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik suatu populasi, yang digunakan ketika peneliti tidak dapat meneliti seluruh populasi karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu (Sugiyono, 2019). Ukuran sampel ditentukan menggunakan rumus Roscoe, yaitu jumlah variabel dikalikan 20 ($R = 5 \times 20$), sehingga diperoleh 100 responden.

Responden dipilih melalui purposive sampling nonprobabilitas berdasarkan kriteria berikut: (1) mahasiswa aktif program sarjana Akuntansi, Ekonomi Pembangunan, atau Manajemen di FEB UNRI, (2) pernah atau sedang menggunakan *paylater*, (3) menggunakan *paylater* setidaknya dalam tiga bulan terakhir, dan (4) bersedia mengisi kuesioner secara lengkap. Teknik ini dipilih karena populasi pengguna *paylater* tidak diketahui secara pasti sehingga teknik probabilitas tidak dapat diterapkan, serta penelitian membutuhkan responden dengan karakteristik tertentu (Etikan et al., 2016). Penelitian ini juga tidak dimaksudkan untuk menggeneralisasikan hasilnya kepada seluruh mahasiswa FEB UNRI.

Data dikumpulkan melalui kuesioner *Google Form* yang disebarakan secara daring. Kuesioner terdiri atas dua bagian, yaitu identitas responden (termasuk rata-rata uang saku bulanan dan tagihan *paylater*) serta pernyataan penelitian. Pengukuran menggunakan skala Guttman dengan dua pilihan, YA (setuju) dan TIDAK (tidak setuju), untuk memperoleh jawaban yang tegas. Definisi operasional variabel disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Definisi Operasional dan Indikator Variabel

Variabel	Indikator
Literasi Keuangan	Pemahaman keuangan, pemahaman dasar keuangan pribadi, pengetahuan dasar <i>paylater</i> , penganggaran tabungan dan pinjaman, penggunaan <i>paylater</i> karena adanya kesempatan menunda pembayaran
Faktor Sosial	Pengaruh keluarga, teman sebaya, dan media sosial
Perilaku Konsumtif	Membeli produk untuk menjaga penampilan, karena kemasan menarik, karena hadiah/bonus yang dijanjikan, berdasarkan pertimbangan kebutuhan
Kemudahan Penggunaan	Sistem mudah dipahami, praktis digunakan, sistem mudah dioperasikan
Penggunaan <i>Paylater</i>	Intensitas penggunaan, frekuensi penggunaan dalam transaksi, penggunaan karena mempermudah pembayaran

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Analisis deskriptif kuantitatif digunakan untuk merangkum, mengorganisasi, dan menggambarkan data sebagaimana adanya melalui frekuensi, persentase, rata-rata, median, minimum, maksimum, dan simpangan baku, tanpa menarik generalisasi inferensial (Guettermann, 2019). Analisis ini digunakan untuk menjelaskan karakteristik responden dan pola penggunaan *paylater* (Muhammad & Ismail, 2016).

Kesehatan cicilan diukur menggunakan Debt-to-Income Ratio (DTI), yaitu perbandingan total cicilan bulanan dengan total pendapatan atau uang saku bulanan yang dinyatakan dalam persentase, sebagaimana diterapkan oleh Bank Sinarmas (2023) dalam standar penilaian kesehatan cicilan individu. DTI dipilih karena bersifat proporsional, relevan bagi mahasiswa tanpa pendapatan tetap karena uang saku dapat digunakan sebagai proksi pendapatan, serta memungkinkan klasifikasi kondisi keuangan secara objektif. Hal ini sejalan dengan Yushita (2017), yang menekankan bahwa kemampuan keuangan merupakan variabel utama penentu kemampuan seseorang mengelola utang secara bertanggung jawab. Rumus DTI adalah:

$$DTI (\%) = (\text{Total cicilan } \textit{paylater} \text{ bulanan} \div \text{Total uang saku bulanan}) \times 100\%$$

Karena uang saku dan tagihan dikumpulkan dalam bentuk rentang, perhitungan menggunakan titik tengah setiap rentang. Sebagai contoh, uang saku Rp1.100.000-1.500.000 diwakili oleh Rp1.300.000, sedangkan tagihan di bawah Rp500.000 diwakili oleh Rp250.000, sesuai pendekatan umum yang dijelaskan oleh Sugiyono (2019). Kategori DTI mengikuti Bank Sinarmas (2023), sedangkan persentase jawaban “Ya” pada setiap variabel diinterpretasikan berdasarkan Riduwan (2015), sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Kategori DTI dan Kriteria Interpretasi Persentase Jawaban

Kategori DTI	Nilai DTI	Interval Persentase	Kategori Jawaban
Sehat (Aman/Ideal)	$DTI \leq 30\%$	81% - 100%	Sangat Tinggi
Tidak Sehat (Risiko Tinggi)	$DTI > 30\%$	61% - 80%	Tinggi

Kategori DTI	Nilai DTI	Interval Persentase	Kategori Jawaban
		41% - 60%	Sedang
		21% - 40%	Rendah
		0% - 20%	Sangat Rendah

Sumber: Bank Sinarmas (2023), Riduwan (2015)

HASIL DAN PEMBAHASAN

DTI dianalisis terhadap 99 responden yang memberikan data uang saku dan tagihan *paylater* secara lengkap. Karena kedua data berbentuk rentang, DTI dalam penelitian ini merupakan nilai estimasi, bukan rasio berdasarkan jumlah pasti setiap responden. Ambang 30% digunakan sebagai kriteria operasional untuk membedakan cicilan sehat dan tidak sehat (Bank Sinarmas, 2023). Kategori ini mencerminkan proporsi uang saku yang terserap oleh cicilan *paylater*, tetapi tidak menggambarkan keseluruhan kondisi keuangan responden karena kewajiban utang lain, tabungan, dan dukungan keuangan di luar uang saku tidak dihitung.

Tabel 3. Statistik Deskriptif Uang Saku, Cicilan, dan DTI

Statistik	Uang Saku Bulanan (Rp)	Cicilan <i>Paylater</i> Bulanan (Rp)	DTI (%)
Rata-rata	1.280.303	291.667	26,27
Median	1.300.000	250.000	19,23
Minimum	750.000	25.000	3,33
Maksimum	3.500.000	800.000	106,67
Simpangan Baku	609.023	147.901	-

Sumber: Data primer diolah, 2026

Tabel 3 menunjukkan bahwa rata-rata estimasi uang saku responden sebesar Rp1.280.303, dengan median Rp1.300.000, minimum Rp750.000, dan maksimum Rp3.500.000. Uang saku ini juga menjadi sumber pembayaran tagihan *paylater*. Rata-rata estimasi cicilan sebesar Rp291.667, dengan median Rp250.000. Meskipun cicilan sebagian besar responden relatif kecil, bebannya tidak dapat dinilai hanya berdasarkan nilai nominal karena uang saku responden juga terbatas.

Rata-rata DTI sebesar 26,27%, dengan median 19,23%, minimum 3,33%, dan maksimum 106,67%. Rata-rata yang lebih tinggi daripada median menunjukkan adanya beberapa nilai DTI tinggi yang menarik rata-rata ke atas. Nilai maksimum 106,67% diperoleh dari kombinasi titik tengah uang saku Rp750.000 dengan titik tengah tagihan Rp800.000. Oleh karena itu, angka ini menunjukkan potensi ketidakseimbangan yang serius, tetapi tidak membuktikan bahwa tagihan aktual pasti melebihi uang saku aktual.

Tabel 4. Analisis DTI Menurut Kelompok Uang Saku

Kelompok Uang Saku	Frekuensi	Persentase	Sehat	Tidak Sehat
Rp100.000 - 1.000.000	40	40,40%	4	36
Rp1.100.000 - 1.500.000	37	37,37%	33	4

Kelompok Uang Saku	Frekuensi	Persentase	Sehat	Tidak Sehat
Rp1.600.000 - 2.000.000	12	12,12%	12	0
Rp2.100.000 - 2.500.000	5	5,05%	5	0
Rp2.600.000 - 3.000.000	3	3,03%	3	0
> Rp3.100.000	2	2,02%	2	0
Total	99	100%	59	40

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4, kelompok dengan uang saku hingga Rp1.000.000 terdiri atas 40 responden, dan 36 di antaranya (90,0%) berada dalam kategori tidak sehat. Pola sebaliknya terlihat pada kelompok Rp1.100.000-1.500.000, yaitu 33 dari 37 responden (89,2%) tergolong sehat, sedangkan empat responden tidak sehat memiliki estimasi cicilan Rp800.000 per bulan. Seluruh responden dengan uang saku di atas Rp1.500.000 berada dalam kategori sehat. Secara keseluruhan, 59 responden (59,60%) tergolong sehat dan 40 responden (40,40%) tergolong tidak sehat, sehingga kasus DTI di atas 30% terkonsentrasi pada kelompok uang saku terendah dalam sampel.

Deskripsi Faktor-Faktor Penggunaan *Paylater*

Analisis faktor-faktor penggunaan *paylater* dilakukan secara deskriptif terhadap 100 responden. Persentase jawaban “Ya” menunjukkan tingkat persetujuan responden terhadap suatu pernyataan, bukan besarnya pengaruh kausal suatu faktor, dan diinterpretasikan menggunakan kriteria Riduwan (2015).

Literasi Keuangan

Tabel 5. Jawaban Responden pada Variabel Literasi Keuangan

Kode	Pernyataan	% Ya	Kategori
LK1	Memahami pentingnya mengelola pendapatan dan pengeluaran bulanan	99%	Sangat Tinggi
LK2	Memahami perbedaan pinjaman produktif dan konsumtif	86%	Sangat Tinggi
LK3	Yakin dapat mengelola <i>paylater</i> tanpa mengganggu kondisi keuangan	93%	Sangat Tinggi
LK4	Menggunakan <i>paylater</i> hanya ketika yakin mampu membayar setiap bulan	97%	Sangat Tinggi
LK5	Mengetahui konsekuensi keterlambatan pembayaran <i>paylater</i>	99%	Sangat Tinggi
LK6	Mempertimbangkan <i>paylater</i> hanya untuk kebutuhan yang benar-benar diperlukan	98%	Sangat Tinggi
	Rata-rata	95,3%	Sangat Tinggi

Sumber: Data Primer Diolah 2026

Seluruh butir literasi keuangan memperoleh jawaban “Ya” di atas 85%, dengan rata-rata 95,3% (sangat tinggi). Persentase tertinggi terdapat pada LK1 dan LK5 (99%), sedangkan yang terendah pada LK2 (86%). Artinya, responden paling kuat mengakui pengetahuan praktis mengenai pengelolaan uang dan konsekuensi keterlambatan pembayaran, sedangkan pemahaman mereka mengenai tujuan berutang

relatif lebih rendah. Format Ya/Tidak merekam laporan diri responden, bukan hasil tes kompetensi objektif.

Faktor Sosial

Tabel 6. Jawaban Responden pada Variabel Faktor Sosial

Kode	Pernyataan	% Ya	Kategori
FS1	Menggunakan <i>paylater</i> karena orang di sekitarnya telah menggunakannya	56%	Sedang
FS2	Barang yang dibeli terinspirasi oleh kelompok orang yang diidolakan	34%	Rendah
FS3	Lingkungan mendukung penggunaan <i>paylater</i>	49%	Sedang
FS4	Bersedia merekomendasikan <i>paylater</i> kepada keluarga, teman, dan kerabat	30%	Rendah
FS5	Teman atau keluarga mengajak untuk menggunakan <i>paylater</i>	22%	Rendah
FS6	Konten <i>paylater</i> di media sosial menimbulkan ketertarikan untuk mencobanya	64%	Tinggi
	Rata-rata	42,5%	Sedang

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Faktor sosial memiliki rata-rata 42,5% (sedang). Jawaban “Ya” tertinggi terdapat pada FS6, mengenai ketertarikan setelah melihat konten *paylater* di media sosial (64%), diikuti FS1 (56%). Persentase terendah terdapat pada FS5, mengenai ajakan langsung teman atau keluarga (22%), serta FS4, mengenai kesediaan merekomendasikan *paylater* (30%). Pola ini menunjukkan bahwa paparan tidak langsung melalui media sosial dan pengamatan terhadap lingkungan sekitar lebih sering diakui dibandingkan ajakan langsung.

Perilaku Konsumtif

Tabel 7. Jawaban Responden pada Variabel Perilaku Konsumtif

Kode	Pernyataan	% Ya	Kategori
PK1	Terdorong membeli barang karena hadiah/bonus yang ditawarkan <i>paylater</i>	80%	Tinggi
PK2	Sering membeli produk sejenis dengan merek berbeda	57%	Sedang
PK3	Sering membeli produk karena kemasan yang menarik	52%	Sedang
PK4	Senang membeli barang yang membuat penampilan terlihat modern/terkini	83%	Sangat Tinggi
PK5	Sering membeli dengan <i>paylater</i> meskipun bukan kebutuhan primer	28%	Rendah
	Rata-rata	60,0%	Sedang

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Perilaku konsumtif memiliki rata-rata 60,0%, yang berada pada batas atas kategori sedang. Persentase tertinggi terdapat pada PK4, mengenai pembelian agar terlihat modern (83%), serta PK1, mengenai ketertarikan terhadap hadiah atau bonus (80%), sedangkan yang terendah terdapat pada PK5

(28%). Dengan demikian, orientasi penampilan dan promosi lebih sering diakui daripada kebiasaan berulang membeli barang yang tidak esensial.

Kemudahan Penggunaan

Tabel 8. Jawaban Responden pada Variabel Kemudahan Penggunaan

Kode	Pernyataan	% Ya	Kategori
KP1	Proses pembayaran <i>paylater</i> mudah dipelajari	98%	Sangat Tinggi
KP2	Syarat dan ketentuan <i>paylater</i> mudah dipelajari	94%	Sangat Tinggi
KP3	Fitur <i>paylater</i> (pilihan tenor pembayaran) mudah digunakan	94%	Sangat Tinggi
KP4	Mampu menggunakan <i>paylater</i> dengan baik saat pertama kali mengaksesnya	94%	Sangat Tinggi
Rata-rata		95,0%	Sangat Tinggi

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Penggunaan *Paylater*

Tabel 9. Jawaban Responden pada Variabel Penggunaan *Paylater*

Kode	Pernyataan	% Ya	Kategori
PP1	Menggunakan <i>paylater</i> pada setiap transaksi yang menyediakannya	37%	Rendah
PP2	Lebih memilih <i>paylater</i> dibandingkan metode pembayaran lainnya	29%	Rendah
PP3	Menggunakan <i>paylater</i> untuk memenuhi kebutuhan primer	34%	Rendah
PP4	Menggunakan <i>paylater</i> untuk memenuhi keinginan	57%	Sedang
PP5	Menggunakan <i>paylater</i> dengan bunga lebih rendah	60%	Sedang
PP6	Menggunakan <i>paylater</i> lebih dari sekali sebulan	39%	Rendah
PP7	Menggunakan <i>paylater</i> atas kemauan sendiri	92%	Sangat Tinggi
Rata-rata		49,7%	Sedang

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Variabel penggunaan *paylater* memiliki rata-rata 49,7% (sedang). Persentase tertinggi terdapat pada PP7, mengenai penggunaan atas kemauan sendiri (92%), diikuti PP5, mengenai pemilihan layanan dengan bunga lebih rendah (60%). Persentase terendah terdapat pada PP2 (29%), PP3 (34%), PP1 (37%), dan PP6 (39%). Pola ini sejalan dengan 82% responden yang bertransaksi 1-2 kali per bulan. Namun, PP4 menunjukkan bahwa 57% responden menggunakan *paylater* untuk memenuhi keinginan, sehingga *paylater* belum menjadi metode pembayaran utama, tetapi penggunaannya lebih sering dikaitkan dengan keinginan daripada kebutuhan primer.

Ringkasan Seluruh Variabel

Tabel 10. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	Jumlah Butir	Rata-rata (%)	Kategori
Literasi Keuangan	6	95,3%	Sangat Tinggi
Faktor Sosial	6	42,5%	Sedang
Perilaku Konsumtif	5	60,0%	Sedang
Kemudahan Penggunaan	4	95,0%	Sangat Tinggi
Penggunaan <i>Paylater</i>	7	49,7%	Sedang

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Tabel 10 menunjukkan dua kelompok hasil, yaitu literasi keuangan dan kemudahan penggunaan dalam kategori sangat tinggi, serta perilaku konsumtif, penggunaan *paylater*, dan faktor sosial dalam kategori sedang. Peringkat ini hanya mencerminkan tingkat jawaban “Ya”. Karena tidak dilakukan uji pengaruh, variabel dengan persentase tertinggi tidak dapat diinterpretasikan sebagai penyebab terkuat.

Debt-to-Income Ratio (DTI) Pengguna Paylater

Kondisi cicilan responden terbagi menjadi dua kelompok dengan proporsi yang tidak jauh berbeda: 59,60% memiliki DTI $\leq 30\%$ dan 40,40% memiliki DTI $> 30\%$. Dengan demikian, proporsi 40,40% menunjukkan bahwa masalah keterjangkauan cicilan benar-benar terdapat dalam sampel. Rata-rata DTI sebesar 26,27% berada di bawah ambang 30%, tetapi rata-rata ini menyamarkan variasi yang luas. Kesenjangan antara median (19,23%), rata-rata, dan maksimum (106,67%) menunjukkan distribusi menceng ke kanan: sebagian besar rasio relatif rendah, tetapi beberapa kasus menanggung beban yang sangat tinggi.

Konsentrasi masalah terlihat jelas pada kelompok dengan uang saku hingga Rp1.000.000 (90,0% tidak sehat), sedangkan pada kelompok Rp1.100.000-1.500.000 hanya 10,8% yang tidak sehat, dan seluruh responden dengan uang saku di atas Rp1.500.000 tergolong sehat. Pola ini dapat dipahami melalui perbedaan kemampuan membayar: cicilan Rp250.000 setara dengan 33,33% dari uang saku Rp750.000, tetapi hanya 19,23% dari Rp1.300.000 dan 13,89% dari Rp1.800.000. Hal ini menjelaskan mengapa 89% responden dapat memiliki tagihan di bawah Rp500.000, sementara 40,40% tetap berada dalam kategori tidak sehat. Bahkan dalam skenario paling ringan untuk kasus DTI maksimum, yakni uang saku Rp1.000.000 dan tagihan Rp600.000, DTI tetap mencapai 60%. Dengan demikian, penggunaan titik tengah memengaruhi besarnya rasio, tetapi tidak mengubah kategorinya.

Bagi mahasiswa, DTI di atas 30% berarti ruang anggaran yang lebih sempit untuk makanan, transportasi, kuota internet, bahan perkuliahan, dan kebutuhan tidak terduga. Temuan ini sejalan dengan Powell et al. (2023), yang menemukan bahwa pengguna BNPL berusia di bawah 25 tahun memiliki profil perilaku keuangan lebih berisiko dan tekanan keuangan lebih tinggi, sedangkan perencanaan dan penganggaran pembelian berhubungan positif dengan kesejahteraan keuangan. Yue et al. (2022) juga menunjukkan bahwa kemudahan akses keuangan digital dapat memperluas konsumsi sekaligus meningkatkan risiko jebakan utang. Kedua penelitian menekankan bahwa akses kredit jangka pendek perlu dinilai bersama kemampuan membayar, bukan hanya berdasarkan kecilnya nilai transaksi. Karena DTI hanya mencakup cicilan *paylater*, data dikonversi dari rentang, sampel dipilih secara purposif, dan analisis bersifat deskriptif, hasil ini tidak membuktikan bahwa uang saku rendah menyebabkan DTI tinggi dan tidak dapat digeneralisasikan kepada seluruh mahasiswa FEB UNRI.

Faktor-Faktor Penggunaan *Paylater*

Literasi keuangan.

Rata-rata skor literasi keuangan sebesar 95,3% belum sepenuhnya tercermin dalam praktik cicilan. Sebanyak sembilan puluh tujuh persen responden mengaku menggunakan *paylater* hanya ketika yakin mampu membayar, dan 93% merasa penggunaannya tidak mengganggu keuangan, tetapi 40,40% memiliki DTI di atas 30%. Selain itu, 98% menyatakan mempertimbangkan kebutuhan yang benar-benar diperlukan, tetapi 57% menggunakan *paylater* untuk memenuhi keinginan. Ketidakkonsistenan ini menunjukkan kesenjangan antara pengetahuan yang diakui dan keputusan transaksi, yang juga mungkin dipengaruhi format pertanyaan Ya/Tidak yang normatif. Powell et al. (2023) menekankan bahwa kesejahteraan pengguna BNPL lebih erat berkaitan dengan perilaku nyata, seperti membaca ketentuan, membuat rencana, dan menganggarkan pembelian, dibandingkan pengetahuan semata.

Faktor sosial.

Meskipun berada dalam kategori sedang (42,5%), komposisi butir menunjukkan bentuk pengaruh yang khas. Konten *paylater* di media sosial menarik minat 64% responden dan 56% menggunakan *paylater* setelah melihat orang di sekitarnya menggunakannya, sedangkan hanya 22% mengakui adanya ajakan langsung. Dengan demikian, pengaruh sosial dalam sampel lebih banyak bekerja melalui paparan, normalisasi, dan pengamatan daripada tekanan tatap muka. Hal ini sejalan dengan Aisjah (2024), yang menemukan bahwa intensitas media sosial berperan langsung dalam meningkatkan niat mahasiswa menggunakan BNPL.

Perilaku konsumtif.

Orientasi penampilan (83%) dan daya tarik hadiah atau bonus (80%) merupakan jawaban tertinggi, sejalan dengan pembelian responden yang didominasi produk fesyen serta kecantikan dan perawatan diri. Hanya 28% mengaku sering membeli barang yang tidak esensial menggunakan *paylater*, sedangkan 57% menggunakan *paylater* untuk keinginan. Perbedaan ini dapat dijelaskan oleh kata “sering” pada PK5: penggunaan untuk keinginan cukup luas, tetapi belum tentu dilakukan berulang oleh orang yang sama, sebagaimana didukung oleh 82% responden yang bertransaksi 1-2 kali per bulan. Kumar et al. (2024) menemukan bahwa adopsi BNPL meningkatkan belanja daring, dengan pengaruh lebih kuat pada konsumen muda, berpendapatan rendah, dan peka terhadap promosi.

Kemudahan penggunaan.

Kemudahan penggunaan mencapai 95,0% dan merupakan variabel yang paling konsisten antarbutir. Kemudahan ini bermanfaat ketika mahasiswa perlu mengatur waktu pembayaran, tetapi juga mengurangi jeda untuk mempertimbangkan harga total dan kewajiban. Relja et al. (2024) menunjukkan bahwa BNPL menciptakan jarak psikologis dari tindakan berutang dan dapat dipersepsikan sebagai alat penganggaran, sedangkan Maesen dan Ang (2025) menemukan bahwa pembagian harga menjadi cicilan mengurangi persepsi keterbatasan keuangan dan mendorong pengeluaran. Mekanisme ini membantu menjelaskan mengapa cicilan tetap diambil oleh mahasiswa dengan kemampuan bulanan yang terbatas.

Secara keseluruhan, *paylater* digunakan atas kemauan sendiri oleh 92% responden dan belum menjadi metode pembayaran utama karena hanya 29% yang lebih memilihnya dibandingkan metode lain. Namun, keputusan transaksi berlangsung dalam lingkungan yang sangat mudah diakses, penuh promosi, dan berkaitan erat dengan kebutuhan penampilan, sedangkan tingginya pengetahuan keuangan belum selalu diterjemahkan menjadi batas cicilan yang sesuai dengan uang saku. Pertemuan antara akses yang hampir tanpa hambatan, ketertarikan terhadap promosi dan penampilan, penggunaan untuk keinginan, serta kemampuan membayar yang terbatas merupakan penjelasan yang paling konsisten dengan adanya 40,40% responden dengan DTI tidak sehat. Karena analisis bersifat deskriptif, rangkaian ini perlu dipahami sebagai pola empiris dalam sampel, bukan hubungan sebab-akibat yang telah diuji.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat ditarik beberapa kesimpulan. Pertama, analisis Debt-to-Income Ratio (DTI) terhadap 99 pengguna *paylater* di FEB Universitas Riau menunjukkan rata-rata estimasi uang saku Rp1.280.303 per bulan, rata-rata cicilan Rp291.667 per bulan, dan rata-rata DTI

26,27% dengan median 19,23%, yang secara agregat berada di bawah ambang 30% (Bank Sinarmas, 2023). Meskipun demikian, hanya 59 mahasiswa (59,60%) yang dikategorikan sehat, sedangkan 40 mahasiswa (40,40%) dikategorikan tidak sehat. Proporsi yang cukup besar ini menunjukkan bahwa sebagian mahasiswa menanggung beban cicilan yang melebihi kemampuan keuangannya. DTI tidak sehat terkonsentrasi pada kelompok uang saku Rp100.000-1.000.000, yaitu 36 dari 40 mahasiswa (90%) berada dalam kategori tidak sehat, sedangkan seluruh mahasiswa dengan uang saku di atas Rp1.500.000 berada dalam kategori sehat.

Kedua, berdasarkan analisis deskriptif terhadap 100 responden, faktor potensial pendorong penggunaan *paylater* yang paling menonjol adalah kemudahan penggunaan (95,0%, sangat tinggi), dengan indikator terkuat berupa proses pembayaran yang mudah dipelajari (98%). Literasi keuangan memperoleh skor sedikit lebih tinggi (95,3%), tetapi secara konseptual mencerminkan pengelolaan keuangan yang dilaporkan sendiri, bukan pendorong penggunaan. Perilaku konsumtif (60,0%) dan faktor sosial (42,5%) berada dalam kategori sedang. Penggunaan *paylater* bersifat sukarela (92%), sebagian bertujuan memenuhi keinginan (57%), dan frekuensinya rendah (82% pada 1-2 kali per bulan). Karena penelitian ini bersifat deskriptif tanpa regresi, korelasi, atau uji inferensial lainnya, hasilnya hanya menunjukkan faktor yang paling menonjol secara deskriptif, bukan pengaruh statistik atau kausal.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisjah, S. (2024). Intention to use buy-now-pay-later payment system among university students: A combination of financial parenting, financial self-efficacy, and social media intensity. *Cogent Social Sciences*, 10(1).
- Amelia, P.N., Fidiansa, P.A. dan Risa, C.S. 2023. Fenomena Penggunaan *Paylater* di Kalangan Mahasiswa. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu-Ilmu Sosial (SNIIS)*, Universitas Negeri Surabaya.
- Anggraini, N. A., & Pradananta, G. (2024). Pengaruh Sistem Pembayaran *Paylater* Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(3), 1438-1445.
- Anjaswuri, E.R. dan Mulyani. (2024), "Pengaruh Lingkungan Sosial dan Kebutuhan terhadap Minat Penggunaan Pay Later di Kalangan Mahasiswa", *SURPLUS: Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 11-21.
- Ashby, R., Sharifi, S., Yao, J., & Ang, L. (2025). The influence of the buy-now-pay-later payment mode on consumer spending decisions. *Journal of Retailing*, 101(1), 103-119. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2025.01.003>
- Asja, H. J., Susanti, S., & Fauzi, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan *Paylater*: Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 2(4), 309-325. <https://doi.org/10.35912/jakman.v2i4.495>
- Astuti, R.D. dan Angelina, L. (2024), "Analisis Determinan Perilaku Konsumtif di Kalangan Mahasiswa", *Jurnal Kebijakan Ekonomi dan Keuangan*, Vol. 3 No. 1, hlm. 81-89, <https://doi.org/10.20885/JKEK.vol3.iss1.art11>

- Bank Indonesia (2025), Sistem Pembayaran di Indonesia, Bank Indonesia, tersedia pada: <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/default.aspx>
- Bank Sinarmas. (2023). Rumus Dasar: Rasio Utang terhadap Penghasilan (DTI). sinarmasbank.co.id.
- Darsono, Rizarda dan Johari. (2024), "Fenomena *Paylater* di Kalangan Mahasiswa: Gaya Hidup, Sosial, dan Motivasi Hedonisme sebagai Antecedent Penggunaan *Paylater*", *Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia*.
- Etikan, I., Musa, S.A. and Alkassim, R.S., 2016. Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), pp.1-4
- Fadhli, Z., Rahayu, S.W. dan Gani, I.A. (2022), "Perlindungan Data Pribadi Konsumen pada Transaksi *Paylater*", *Jurnal Hukum Magnum Opus*, <https://doi.org/10.30996/jhmo.v5i1.5807>
- Gharaibeh, A., Saleh, M., Jawabreh, O., & Ali, B. (2022). An Empirical Study of the Relationship Between Earnings per Share, Net Income and Stock Price. *Applied Mathematics & Information Sciences*, 673-679.
- Guetterman, T. C. (2019). Basics of statistics for primary care research. 1-7. <https://doi.org/10.1136/fmch-2018-000067>
- Hutahaean, N.D. (2025), "5 Aplikasi *Paylater* Favorit Gen Z dan Milenial Indonesia 2025", *GoodStats*, 31 Mei, <https://goodstats.id/article/5-aplikasi-paylater-favorit-gen-z-dan-milenial-di-indonesia-2025-E9TsL>
- Keynes, J. M. (1936). *The General Theory of Employment, Interest and Money*. London: Macmillan.
- Kumar, A., Salo, J., & Bezawada, R. (2024). The effects of buy now, pay later (BNPL) on customers' online purchase behavior. *Journal of Retailing*, 602-617.
- Kurnia, G., Goso, G. & Halim, M., 2023. Pengaruh fintech (*Paylater*), literasi keuangan dan perilaku konsumtif terhadap perilaku keuangan mahasiswa. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), pp.704-711.
- Leonita, D., & Wulandari, S. (2024). Pengaruh Fitur Shopee *Paylater*, Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Progam Studi Manajemen Angkatan 2020). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 13(02), 554-566. <https://doi.org/10.22437/jmk.v13i02.33657>
- Lutfillah, N.Q., Hapsari, A.P. & Candrawati, T., 2024. Determinants of students' decisions to use *paylater* digital financial products. *BASKARA: Journal of Business and Entrepreneurship*, 7(1), pp.1-10.
- Maesen, S., & Ang, D. (2025). Buy Now, Pay Later: Impact of Installment Payments on Customer Purchases. *Journal of Marketing*, 89(3), 13-35. <https://doi.org/10.1177/00222429241282414>
- Muhamad, N. (2024), "Milenial dan Gen Z Mendominasi Pengguna *Paylater* di Indonesia", *Databoks*, 4 Juli, <https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/66b5d6e18dff3/milenial-dan-gen-z-mendominasi-pengguna-paylater-di-indonesia>
- Muhammad, M., & Ismail, Z. (2016). Analysis Of Cross Tabulation Through Chi-Squared Test. 6(11), 68-70.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK), 2024. Laporan Surveillance Perbankan Indonesia Triwulan III 2024. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024), Roadmap Pengembangan dan Penguatan Perusahaan Pembiayaan 2024-2028, Otoritas Jasa Keuangan, Jakarta

- Powell, R., Do, A., Gengatharen, D., Yong, J., & Gengatharen, R. (2023). The relationship between responsible financial behaviours and financial wellbeing: The case of buy-now-pay-later. *Accounting & Finance*, 63(4), 4431-4451. <https://doi.org/10.1111/acfi.13100>
- Pujoharso, C. (2013), "Aplikasi Teori Konsumsi Keynes terhadap Pola Konsumsi Makanan Masyarakat Indonesia", *Jurnal Ilmiah, Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya, Malang*.
- Putra, I. G. L. P., & Sinarwati, N. K. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(2), 717-726. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i2.71877>
- Rahardja, P & Manurung, M. 2008. *Teori Ekonomi Makro*. Edisi 4. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Ratnaningrum, T. (2024), "Pengaruh Belanja Online, Fitur *Paylater* Shopee terhadap Perilaku Konsumtif", *JUMMA45: Jurnal Mahasiswa Manajemen*, <https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/JUMMA45/article/view/2956>
- Relja, R., Ward, P., & Zhao, A. L. (2024). Understanding the psychological determinants of buy-now-pay-later (BNPL) in the UK: a user perspective. In *International Journal of Bank Marketing* (Vol. 42, Issue 1). <https://doi.org/10.1108/IJBM-07-2022-0324>
- Restike, K. P., Presasti, D., Fitriani, D. I., & Ciptani, M. K. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Pembelian Impulsif, Dan Gaya Hidup Terhadap Penggunaan Shopee *Paylater* Gen Z. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 22(1), 100-113.
- Riduwan. (2015). *Skala pengukuran variabel-variabel penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Rizqiyah, F., & Reviandani, W. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Manfaat, dan Pendapatan terhadap Minat Penggunaan Shopee *Paylater* di Platform Shopee pada Kabupaten Gresik. *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi Dan Kewirausahaan*, 15(8). <https://doi.org/10.59188/covalue.v15i8.5003>
- Saragih, F.I. dan Lestari, D. (2022), "Pengaruh Adanya *Paylater* di Kalangan Remaja di Sumatera Utara", *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen*, Vol. 1 No. 4, hlm. 191-198.
- Setyowati, D. (2024), "Transaksi Belanja Online 2024 Diramal Rp 487 Triliun, Live Shopping Jadi Tren", *Katadata.co.id*, 12 Desember, *Katadata.co.id*
- Solihin, A. M., Kosasih, A. D., Fajrussalam, H., Rahmawan, D. T., Azzahra, D. A., & Fitriyani, F. M. (2022). Analisis Transaksi Shopee *Paylater* Dalam Perspektif Hukum Islam. *Jurnal Pendidikan Guru*, 3(4), 284-288.
- Sugiyono, 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syelfiyola Rosadi, D., & Andriani, I. (2023). Hubungan Impulsive Buying dengan Perilaku Berhutang pada Pengguna Pinjaman Online. *JIMPS: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8 (4), 3655-3664.
- Syifaudin, M. (2024). Terhadap Konsumsi Berlebihan Di Kalangan Mahasiswa Ekonomi Universitas Tulungagung. *Jurnal Mahasiswa Manajemen, Bisnis, Entrepreneurship*, 4(2), 103-109.
- Utami, M. R. (2022). Pengaruh Pendapatan dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Sistem Pembayaran Bayar Tunda (*Paylater*) Pada Fitur *Shopeepaylater* (Studi Kasus Mahasiswa Di Purwokerto). *Universitas Islam Negeri Prof. KH Saifuddin Zuhri*

- Valencia-arias, A., Palacios-moya, L., & Valencia, J. (2023). Adoption of Fintech Services in Young Students : Empirical Approach from a Developing Country. 1-19.
- Widayatsari, A., Mayes, A., Kurniasih, C.E., Ginting, Y.M. dan Eleasar, T.V. (2026), Perbankan Digital di Wetland: Peran Teknologi dan Faktor Moneter dalam Adopsi Bank Virtual
- Yue, P., Korkmaz, A. G., Yin, Z., & Zhou, H. (2022). The rise of digital finance: Financial inclusion or debt trap? Finance Research Letters, 47, 102604. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2021.102604>
- Yushita, A.N. (2017), "Pentingnya Literasi Keuangan bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi", Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen, Vol. 6 No. 1, hlm. 11-26, <https://doi.org/10.21831/nominal.v6i1.14330>.