

Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Diera Gen Z (Studi Kasus Pada Masyarakat Kelurahan Cipatik)

Siti Dea Anisa

Universitas Teknologi Digital, Siti10120511@digitechuniversity.ac.id

Cepi Saepuloh

Universitas Teknologi Digital cepisaepuloh@digitechuniversity.ac.id

Abstrak

Tujuan Penelitian ini mengkaji dampak penggunaan fitur paylater terhadap perilaku konsumtif di era generasi Z.

Desain/Metode Jenis penelitian ini adalah kuantitatif.

Temuan Populasi penelitian ini adalah komunitas generasi Z. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar di internet dan menggunakan instrumen penelitian skala likert. Selanjutnya data survei tersebut dianalisis menggunakan uji asumsi klasik, uji regresi linear sederhana, dan uji hipotesis. Menggunakan Solusi Produk dan Layanan Statistik (SPSS). Berdasarkan hasil nilai signifikansi (sig) $0,642 > 0,5$. Dengan demikian, dapat disimpulkan hipotesis H_0 yang menyatakan bahwa penggunaan paylater berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif di era gen Z. Sedangkan H_0 ditolak yang berarti penggunaan paylater tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif di era gen Z.

Tipe Penelitian Studi Empiris

Kata Kunci : Penggunaan Fitur Paylater, Perilaku Konsumtif

I. Pendahuluan

Dengan kemajuan teknologi, gaya hidup masyarakat menjadi lebih instan, ini terlihat dari pergeseran dari gaya hidup fisik menjadi non-fisik, dan dari gaya hidup tradisional ke gaya hidup modern. Kemajuan teknologi di masa kini sangatlah penting. Dampak dari perkembangan tersebut sangat signifikan terhadap banyak sektor, termasuk sektor perdagangan yang saat ini tengah berkembang pesat dengan adanya sistem *e-commerce*. Dampak perkembangan *e-commerce* terlihat pada perubahan metode pembayaran dari kertas menjadi kartu, yang kini mulai diperkenalkan (Sari, 2012).

Paylater merupakan salah satu jenis pembayaran kredit yang dilakukan secara online. Metode pembayaran Paylater dengan moto beli sekarang, bayar nanti adalah jenis pembayaran yang memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian secara mencicil dan membayar nanti. Paylater memberikan kesempatan kepada penggunanya. Memiliki kartu kredit virtual tanpa perlu memiliki fisik kartu atau melalui proses yang ribet. Sistem pembayaran yang mirip dengan kartu kredit, namun dengan persyaratan yang lebih mudah, menjadi nilai tambah bagi layanan keuangan digital (Ranchman, 2022).

Data pengguna dompet digital. Para generasi muda sering menggunakan layanan BNPL (*Buy Now Pay Later*) untuk membeli barang-barang kecil dan praktis. Salah satu contohnya adalah menghabiskan 39% uang untuk pakaian, kemudian diikuti dengan membeli bahan makanan dan makan di restoran. Tidak seperti generasi muda, orang-orang *baby boomer* dan lansia lebih sering menggunakan fasilitas paylater untuk membeli barang-barang dengan harga tinggi. Data menunjukkan bahwa generasi *Baby Boomer* dan Gen Z lebih sering menggunakan *e-wallet* untuk melakukan transaksi,

terutama dengan fitur paylater. Di antara kedua generasi tersebut, paylater, atau lebih dikenal dengan BNPL (*Buy Now Pay Later*), lebih diminati daripada kartu kredit. Jumlah transaksi itu mencapai Rp. 28,58 juta, jika dibandingkan dengan jumlah transaksi kartu kredit yang mencapai Rp. 22,76 juta. Generasi muda merupakan kelompok konsumen terbesar yang menggunakan layanan paylater di negara tersebut. Menurut laporan PYMNTS (*Payments*), generasi muda yang menggunakan metode BNPL (*Buy Now Pay Later*) membelanjakan rata-rata lebih tinggi sebesar Rp 25,94 juta daripada generasi yang lebih tua sebesar Rp 15,42 juta (CNBC Indonesia 2023).

Kehadiran Paylater di berbagai aplikasi tentu menarik minat dan rasa ingin tahu masyarakat untuk mencoba berbelanja secara online menggunakan fitur tersebut. Menghadirkan fitur paylater adalah strategi pemasaran pintar untuk menarik minat konsumen agar lebih banyak berbelanja. Saat ini, banyak dari generasi Z yang mengakses layanan Paylater, termasuk di antaranya yang masih berstatus sebagai mahasiswa di perguruan tinggi.

Dalam penelitian ini, ada batasan pada topik yang hanya akan dibahas oleh penulis, yaitu mengenai penggunaan fitur paylater sebagai variabel independen. dan perilaku konsumtif sebagai variabel yang dipengaruhi. Subjek yang diteliti dalam studi ini adalah Generasi Z dengan penekanan pada pengguna layanan paylater yang lahir antara tahun 1997 hingga 2010.

Dari fenomena yang telah dijelaskan, penulis tertarik untuk meneliti topik "Pengaruh Penggunaan Fitur Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Dier Gen Z" perlu dilakukan, dengan subfokus penelitian yang telah dirumuskan "Bagaimana penggunaan fitur paylater memengaruhi kecenderungan konsumtif di kalangan generasi Z?". Dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan fitur paylater terhadap perilaku konsumtif di era gen z.

II. Kajian Teori

Definisi Paylater

PayLater merupakan layanan keuangan yang memungkinkan pembayaran dalam angsuran tanpa menggunakan kartu kredit. Fitur PayLater sedang populer di kalangan milenial akhir-akhir ini. Beberapa perusahaan aplikasi terkemuka sedang aktif memperkenalkan fitur ini di aplikasi mereka yang menyediakan layanan kredit tanpa menggunakan kartu kredit dengan keuntungan yang sama (Aria, 2019). "Fitur "beli sekarang, bayar nanti" juga bisa digunakan untuk berpergian, membeli makanan, transportasi sehari-hari, dan berbagai produk konsumsi lainnya." PayLater yang secara umum tersedia di *platform-platform E-Commerce* tidak memerlukan penggunaan kartu fisik (Aristanti, 2020). Selain itu, proses pendaftarannya juga sangat cepat dan mudah.

PayLater merupakan fitur menyerupai dengan kartu kredit dimana tagihan pengguna di toko dibayar oleh perusahaan aplikasi terlebih dahulu, kemudian pengguna membayar tagihan itu kepada perusahaan aplikasi. Agar dapat menggunakan layanan ini, pengguna diharuskan untuk memberikan data pribadi, foto diri, dan foto KTP. Kemudian, pengguna juga perlu melengkapi data pribadi pada formulir online yang telah disediakan (Aristanti, 2020).

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa paylater merupakan layanan keuangan yang memungkinkan pengguna untuk melakukan pembelian pada saat ini dan melakukan pembayaran di waktu yang akan datang. Ini menyerupai kartu kredit namun lebih difokuskan pada transaksi digital dan sering kali dipasarkan oleh *platform e-commerce* atau penyedia layanan *fintech*.

Beberapa contoh *platform* di Indonesia yang menyediakan layanan PayLater antara lain Gojek (GoPayLater), Shopee (Shopee PayLater), serta beberapa bank dan penyedia layanan fintech lainnya.

Definisi Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah langkah yang dilakukan oleh individu atau organisasi dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan membuang produk atau jasa setelah digunakan untuk memuaskan kebutuhan mereka. Menurut Schiffman, L., & Kanuk (2015), perilaku konsumtif terjadi ketika konsumen membeli produk di bawah pengaruh faktor pribadi atau subjektif seperti harga diri, emosi, dan status sosial. Konsumen emosional biasanya tidak memikirkan apakah produk yang dibelinya cocok untuk mereka, sesuai dengan kebutuhan mereka, mampu membelinya, atau memenuhi standar kualitas. Hal inilah yang mendorong individu untuk berperilaku konsumtif.

Menurut Anugrahati (2014), perilaku konsumtif adalah tindakan menghabiskan uang untuk barang-barang yang sebenarnya tidak terlalu penting atau bahkan tidak dibutuhkan, terutama dalam merespon konsumsi barang-barang sekunder yang sebenarnya tidak terlalu diperlukan. Perilaku konsumtif terjadi karena masyarakat cenderung bersifat materialistik, sangat ingin memiliki barang-barang tanpa mempertimbangkan kebutuhannya, sehingga sebagian besar pembelian dilakukan semata-mata untuk memenuhi keinginan dan kesenangan pribadi. Istilah konsumtif biasanya merujuk kepada perilaku konsumen yang menggunakan nilai uangnya lebih tinggi dari produksi barang dan jasa yang bukan kebutuhan dasar.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan perilaku konsumtif didefinisikan sebagai kecenderungan seseorang untuk membeli banyak barang atau jasa. Ini terjadi bukan karena kebutuhan, tetapi lebih karena keinginan.

III. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian data kuantitatif sebagai sumber data primer. Penelitian data kuantitatif berasal dari filosofi positivisme dan melibatkan mempelajari populasi atau sampel tertentu, menggunakan alat penelitian untuk mengumpulkan data, dan menganalisis data secara kuantitatif atau statistik untuk mengembangkan hipotesis yang telah ditentukan yang digunakan untuk menguji. (Sugiyono, 2017).

POPULASI

Pengguna paylater di kelurahan cipatik adalah subjek penelitian ini. Penelitian ini memilih gen z karena sebagian besar anak remaja saat ini sudah mengenal dan menggunakan inovasi *fintech*, sehingga populasi terdiri dari 3.383 gen z di kelurahan cipatik.

SAMPEL

Penelitian ini menggunakan metode pengambilan non-probabilitas dan metode pengambilan ukuran sampel secara kebetulan, dengan memberikan kuisioner kepada pengguna paylater yang dianggap sesuai. Dengan menggunakan rumus slovin, penelitian ini menghasilkan total 97 sampel.

TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah teknik penumpulan data dimana partisipan/responden menyelesaikan pertanyaan atau pernyataan dan mengembalikannya kepada peneliti setelah selesai (Creswell, 2010).

Skala yang digunakan untuk mengukur adalah skala *likert* dengan interval 1 – 4, Menurut (Sugiyono, 2017) dalam kuesioner ini disediakan 4 alternatif jawaban, yaitu : Sangat Setuju (SS) dengan skor 4, Setuju (S) dengan skor 3, Tidak Setuju (TS) dengan skor 2, Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor 1.

TEKNIK PENGUJIAN INSTRUMEN

Metode analisis pengolahan data primer dikumpulkan, diuji, dan diolah menggunakan program statistik *Statistical Product and Service Solutions (SPSS)* versi 25.0 for windows.

IV. Hasil Dan Pembahasan Hasil Uji Validitas Variabel X dan Y

Correlations

		X01	X02	X03	X04	X05	X06	X07	X08	X09	X10	X11	Tot al
X01	Pearson Correlation	1	,637**	,446**	-0.132	-0.111	-0.066	,339**	-0.196	-0.065	0.108	-0.087	,236*
	Sig. (2tailed)		0.000	0.000	0.197	0.280	0.519	0.001	0.054	0.525	0.292	0.395	0.020
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X02	Pearson Correlation	,637**	1	,423**	-0.011	-0.034	0.014	,215*	-0.063	-0.005	,286**	0.001	,366**
	Sig. (2tailed)	0.000		0.000	0.914	0.742	0.895	0.035	0.541	0.958	0.005	0.994	0.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X03	Pearson Correlation	,446**	,423**	1	-0.033	-0.056	0.029	,265**	-0.113	-0.106	,294**	0.166	,373**
	Sig. (2tailed)	0.000	0.000		0.747	0.584	0.778	0.009	0.272	0.303	0.004	0.104	0.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X04	Pearson Correlation	-0.132	-0.011	-0.033	1	,335**	,207*	-0.001	,375**	,467**	,370**	,204*	,551**
	Sig. (2tailed)	0.197	0.914	0.747		0.001	0.042	0.994	0.000	0.000	0.000	0.045	0.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X05	Pearson Correlation	-0.111	-0.034	-0.056	,335**	1	,397**	-0.092	,498**	,534**	,366**	0.193	,606**
	Sig. (2tailed)	0.280	0.742	0.584	0.001		0.000	0.371	0.000	0.000	0.000	0.058	0.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X06	Pearson Correlation	-0.066	-0.014	0.029	,207*	,397**	1	-0.206*	,674**	,479**	,250*	,224*	,610**
	Sig. (2tailed)	0.519	0.914	0.519	0.042	0.001		0.026	0.000	0.000	0.000	0.024	0.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97

	Sig. (2tailed)	0.519	0.895	0.778	0.042	0.000		0.043	0.000	0.000	0.013	0.027	0.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X07	Pearson Correlation	,339**	,215*	,265**	-0.001	0.092	-,206*	1	-,270**	0.182	0.012	0.036	0.113
	Sig. (2tailed)	0.001	0.035	0.009	0.994	0.371	0.043		0.008	0.074	0.910	0.730	0.270
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X08	Pearson Correlation	-0.196	-0.063	-0.113	,375**	,498**	,674**	-,270**	1	,624**	,325**	,255*	,645**
	Sig. (2tailed)	0.054	0.541	0.272	0.000	0.000	0.000	0.008		0.000	0.001	0.012	0.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X09	Pearson Correlation	-0.065	-0.005	-0.106	,467**	,534**	,479**	0.182	-,624**	1	,253*	0.198	,641**
	Sig. (2tailed)	0.525	0.958	0.303	0.000	0.000	0.000	0.074	0.000		0.013	0.052	0.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X10	Pearson Correlation	0.108	,286**	,294**	,370**	,366**	,250*	0.012	,325**	,253*	1	,443**	,693**
	Sig. (2tailed)	0.292	0.005	0.004	0.000	0.000	0.013	0.910	0.001	0.013		0.000	0.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X11	Pearson Correlation	-0.087	0.001	0.166	,204*	0.193	,224*	0.036	-,255*	0.198	,443**	1	,511**
	Sig. (2tailed)	0.395	0.994	0.104	0.045	0.058	0.027	0.730	0.012	0.052	0.000		0.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Total	Pearson Correlation	,236*	,366**	,373**	,551**	,606**	,610**	0.113	,645**	,641**	,693**	,511**	1
	Sig. (2tailed)	0.020	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.270	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber : Diolah Penulis (2024)

Berdasarkan output diatas menunjukkan bahwa pernyataan atau pertanyaan mengenai penggunaan paylater dan perilaku konsumtif yang dinyatakan valid berjumlah 11 item. 3 item pernyataan paylater dinyatakan valid sehingga instrument penelitian dapat mengukur penggunaan paylater. Dan 8 item pernyataan perilaku konsumtif dinyatakan valid sehingga instrument penelitian dapat mengukur perilaku konsumtif.

Hasil Uji Reabilitas Variabel X dan Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.704	11

Sumber : Diolah Penulis (2024)

Berdasarkan hasil tabel diatas terlihat nilai *Cronbach Alpha* > 0,7 sehingga instrument konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Artinya objek penelitian tersebut dapat dikatakan realibel atau dapat dipercaya sebagai alat pengumpul data dalam penelitian.

Teknik Pengujian Data Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	0.42662194
Most Extreme Differences	Absolute	0.098
	Positive	0.098
	Negative	-0.079
Test Statistic		0.098
Asymp. Sig. (2-tailed)		.023 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		0.292
Point Probability		0.000

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Diolah Penulis (2024)

Berdasarkan uji normalitas *Kolmogrov-Smirnov* diketahui *Asymp sig. (2-tailed)* 0,023, menunjukkan > 0,05 yang mana artinya data terdistribusi secara normal. **Hasil Uji Linearitas**

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
<u>Perilaku Konsumtif * Paylater</u>	Between Groups	(Combined)	31.527	6	5.255	0.434	0.854
		Linearity	2.496	1	2.496	0.206	0.651
		Deviation from Linearity	29.032	5	5.806	0.480	0.791
	Within Groups		1089.215	90	12.102		
Total			1120.742	96			

Sumber : Diolah Penulis (2024)

Berdasarkan hasil uji linearitas diketahui sig. *deviation from linearity* adalah 0,791 > 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa antara variabel bebas (x) dan variabel terikat (y) terdapat hubungan linear.

Koefisien Regresi Linear Sederhana

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.496	1	2.496	0.212	,646^b
	Residual	1118.247	95	11.771		
	Total	1120.742	96			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Paylater

Sumber : Diolah Penulis (2024)

Output diatas menunjukkan f = 0,212 dengan sig 0,646, yang artinya > 0,05. sehingga dapat simpulkan bahwa penggunaan paylater tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Dibuktikan dengan hasil koefisien korelasi yaitu R Square 0,002 atau 0,2%.

Hasil Uji Koefisien Korelasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,047^a	0.002	-0.008	3.431

a. Predictors: (Constant), Paylater

Sumber : Diolah Penulis (2024)

Berdasarkan output diatas diketahui R-squarenya adalah 0,002 yang berarti pengaruh penggunaan paylater terhadap perilaku konsumtif adalah 0,02%. dengan sisanya variabel dipengaruhi oleh variabel alternatif yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Pengujian hipotesis pertama (h1) menemukan bahwa nilai sig untuk pengaruh (parsial) penggunaan paylater terhadap perilaku konsumtif

adalah 0,646 lebih besar dari 0.05, yang menunjukkan bahwa itu tidak berdampak pada perilaku konsumtif.

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.047 ^a	0.002	-0.008	3.431

a. Predictors: (Constant), Paylater

Sumber : Diolah Penulis (2024)

Output diatas didapatn nilai adjusted R square (koefisien determinasi) sebesar -0,008 yang artinya tidak dapat berpengaruh penggunaan paylater terhadap perilaku konsumtif.

PENGUJIAN HIPOTESIS Hasil uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	19.957	2.402		8.308	0.000
	Paylater	0.117	0.254	0.047	0.460	0.646

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber : Diolah Penulis (2024)

Nilai sig yang diketahui besarnya pengaruh (parsial) penggunaan paylater terhadap perilaku konsumtif sebesar 0,646 > 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pengguna PayLater tidak mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumtif. **Hasil Uji F**

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.496	1	2.496	0.212	.646 ^b
	Residual	1118.247	95	11.771		
	Total	1120.742	96			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif
b. Predictors: (Constant), Paylater

Sumber : Diolah Penulis (2024)

Output di atas nilai sig. 0,646 lebih besar dari 0,05. Penggunaan paylater secara bersamaan tidak mempengaruhi perilaku konsumtif

V. Penutup

Kesimpulan

Berdasarkan hasil tabel diatas nilai signifikansi (sig) sebesar $0,642 > 0,5$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan hipotesis H_0 yang menyatakan bahwa penggunaan paylater berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. di era gen z. sedangkan H_0 ditolak, berarti tidak dapat pengaruh penggunaan paylater terhadap perilaku konsumtif di era gen z.

Saran

Saran bagi pengguna paylater generasi Z pembayar harus memprioritaskan kebutuhan dasar daripada memprioritaskan keinginan yang hanya mementingkan status sosial. Diharapkan pada penelitian-penelitian selanjutnya, peneliti juga dapat memasukkan indikator-indikator lain yang disajikan dalam penelitian ini, dengan tujuan untuk menentukan potensi dampak dari perilaku konsumtif terhadap penggunaan paylater.

Daftar Pustaka

- Ari, S., & Suryo, M. S. (n.d.). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Konformitas dan Pendapatan terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa di STIE Surakarta. *Jurnal Administrasi Bisnis Internasional (JAMBI)*. ISSN 2715-4548, Vol.2. No 1.
- Deliyana, P. R., & Hastiana, F. (2018). Pengaruh Gaya hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 103-110.
- Diditya, A. P., & Elly, M. (2022). Analisis Pengaruh Minat Pengguna Fitur Paylater pada Aplikasi Shopee. *Prosiding SNAM 2203099*.
- Fadhillah, I. S., & Dini, L. (2022). Pengaruh Adanya Paylater di Kalangan Remaja di Sumatrea Utara. *Jurnal Ekonimi, Akutansi Manajemen*. ISSN 2962-0813, Vol. 1 (4).
- Gina, R., & Elly, M. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Pada Generasi Milenial. *Prosiding SNAM PNJ 2303091*.
- Indyah, S. H., & Erdani, B. (2021). *Technolohgy Acceptance Model (TAM)*. Indonesia: www.penerbitnem.online.
- Julita, E., Idwal, B., & Yustanti, H. (2022). Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* ISSN : 2477-6157, 55-60.
- Juliansyah, P. S., Sanusi, P. (2024). Pengaruh Penggunaan Paylater Tethadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Multidisiplin, Teknologi, dan Arsitektur*. ISSN : 3025-227X. Vol.2 No.1.
- Novita, A., & Durotun, N. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Akses Paylater dan Keinginan Terhadap Perilaku Implusif Buying dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada Muhammadiyah Bisnis Center (MBC) Kota Metro). *jurnal Manajemen Diverfikasi*, Vol.2. No.4.
- Nabilah, F. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif terhadap Penggunaan Paylater (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis).
- Putri, A. N., Putri, A. F., & Chindy, S. R. (2023). Fenomena Penggunaan Paylater di Kalangan Mahasiswa. Universitas Nergri Surabaya. *Prosiding Seminar Nasional*. pp 176-187. ISSN 1234-5678 Online.
- Reski, H. A. (2023) Pengaruh penggunaan Sistem Pembayaran Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa IAIN Palopo.
- Sitti, N., (2023) Pengaruh Penggunaan Fitur Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam).
- Valdi, R. P., & Tri, S. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Paylater Masyarakat Kota Surabaya. ISSN 2723-3901, Vol 11.