

The Impact of Paylater, Personal Money Management and Socio-Economic Factors on Consumption Patterns in Generation Z

Terisha Andra Novarianty^{1*}, Agus Maolana Hidayat², Arry Widodo³, Nurafni Rubiyanti⁴

Universitas Telkom

Corresponding Author: Terisha Andra Novarianty terisaandra9@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords: Paylater,
Consumption Patterns, SPSS

Received : 16, March

Revised : 18, April

Accepted: 20, May

©2025 Novarianty, Hidayat, Widodo, Rubiyanti: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

This study examines how Pay Later usage, personal financial management, and socioeconomic factors influence Generation Z's buying habits. With 95 participants selected purposively, a quantitative approach using multiple linear regression was applied. This is a quantitative study using multiple linear regression analysis. A total of 95 respondents were selected through purposive sampling techniques. Results show that all three factors significantly affect consumption individually and collectively, supported by t-test and F-test results with significance below 0.05. The model explains 37.1% of the variation in buying behavior ($R^2 = 0.371$), while other factors account for the remaining 62.9%. The study concludes that Generation Z's purchasing decisions are shaped by financial technology like Pay Later, their money management skills, and socioeconomic background.

Dampak Paylater, Pengelolaan Uang Pribadi dan Faktor Sosial Ekonomi terhadap Pola Konsumsi Pada Generasi Z

Terisha Andra Novarianty^{1*}, Agus Maolana Hidayat², Arry Widodo³, Nurafni Rubiyanti⁴

Universitas Telkom

Corresponding Author: Terisha Andra Novarianty terisaandra9@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Paylater, Pola Konsumsi, SPSS

Received : 16, Maret

Revised : 18, April

Accepted: 20, Mei

©2025 Novarianty, Hidayat, Widodo, Rubiyanti: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

This study examines how Pay Later usage, personal financial management, and socioeconomic factors influence Generation Z's buying habits. With 95 participants selected purposively, a quantitative approach using multiple linear regression was applied. This is a quantitative study using multiple linear regression analysis. A total of 95 respondents were selected through purposive sampling techniques. Results show that all three factors significantly affect consumption individually and collectively, supported by t-test and F-test results with significance below 0.05. The model explains 37.1% of the variation in buying behavior ($R^2 = 0.371$), while other factors account for the remaining 62.9%. The study concludes that Generation Z's purchasing decisions are shaped by financial technology such as Pay Later, their money management skills, and socioeconomic background.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi finansial (fintech) telah mengubah cara orang melakukan transaksi uang. Salah satu inovasi yang tumbuh pesat adalah layanan paylater, di mana konsumen bisa membeli barang atau jasa terlebih dahulu dan membayarnya nanti. Layanan ini semakin diminati oleh Generasi Z, yaitu mereka yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, karena akses yang mudah melalui aplikasi digital dan kebiasaan belanja yang cenderung instan (Sari & Kurniawan, 2022).

Generasi Z dikenal sebagai generasi yang sangat akrab dengan internet dan teknologi. Mereka memiliki pola konsumsi yang berbeda dari generasi sebelumnya, seperti lebih impulsif, lebih cepat bereaksi terhadap tren di media sosial, dan lebih terpengaruh oleh tekanan sosial (Putri et al., 2023). Dalam konteks ini, adanya fitur paylater dapat memiliki dampak yang besar pada perilaku konsumsi Generasi Z, baik dalam kebiasaan belanja maupun dalam manajemen keuangan pribadi.

Menurut Xiao, J. J., & Porto, N. (2017) Manajemen keuangan pribadi sangat penting untuk menjaga kondisi keuangan individu tetap stabil. Kurangnya pemahaman tentang keuangan, khususnya di kalangan generasi muda, dapat menyebabkan perilaku boros, penumpukan utang, dan masalah keuangan di masa depan (Lestari & Yulianti, 2020). Selain itu, faktor sosial ekonomi seperti pendapatan orang tua, latar belakang pendidikan, dan lingkungan sekitar juga memengaruhi kebiasaan belanja dan kemampuan dalam mengelola uang (Rahmawati & Nugroho, 2021).

Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk secara empiris menganalisis bagaimana pengaruh layanan paylater, kemampuan dalam mengelola uang pribadi, serta faktor sosial ekonomi terhadap pola konsumsi Generasi Z. Dengan memahami hubungan antar variabel tersebut, diharapkan dapat ditemukan strategi pendidikan keuangan yang tepat bagi generasi muda dalam menghadapi tantangan finansial di dunia digital.

TINJAUAN PUSTAKA

Layanan Paylater

Layanan paylater adalah sebuah inovasi dalam teknologi keuangan yang memudahkan orang untuk bertransaksi secara kredit tanpa perlu kartu kredit. Pengguna bisa membeli barang atau layanan terlebih dahulu dan membayar di kemudian hari sesuai jadwal (Elviani & Iraman, 2023). Fitur ini biasanya ada di platform e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, dan Gojek (Kurniawati & Hapsari, 2022). Paylater sangat menarik bagi generasi muda karena sifatnya yang cepat dan syarat yang sedikit (Aisyah et al., 2023). Namun, jika tidak diimbangi dengan pemahaman keuangan yang baik, pengguna bisa terjebak dalam pola belanja berlebihan dan utang yang konsumtif (Pramesti & Widyastuti, 2023).

Pengelolaan Keuangan Pribadi

Pengelolaan keuangan pribadi merujuk pada kemampuan seseorang untuk mengatur pendapatan, pengeluaran, tabungan, dan investasi guna mencapai kestabilan finansial (Lusardi & Mitchell, 2014). Atkinson dan Messy (2012) menyatakan bahwa literasi keuangan adalah gabungan dari kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku yang dibutuhkan untuk membuat keputusan keuangan yang sehat. Bagi Generasi Z, keterampilan pengelolaan keuangan yang rendah dapat menyebabkan mereka berbelanja secara berlebihan, terutama dengan kemudahan transaksi digital yang ada.

Aspek Sosial Ekonomi

Aspek sosial ekonomi seperti tingkat pendapatan keluarga, pendidikan orang tua, dan lingkungan masyarakat mempengaruhi gaya hidup dan pola konsumsi seseorang (Soekartawi, 2002). Seseorang dari golongan ekonomi menengah ke bawah umumnya memiliki preferensi yang berbeda dalam belanja dibandingkan dengan yang berasal dari kelompok ekonomi atas (Mandel et al, 2017). Selain itu, pengaruh teman sebaya dan media sosial dapat membentuk kebiasaan berbelanja di kalangan anak muda (Rahmawati & Nugroho, 2021).

Pola Belanja Generasi Z

Pola belanja Generasi Z sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi dan media sosial. Mereka cenderung berbelanja secara impulsif dan sangat bergantung pada informasi dari media digital (Putri et al., 2023). Menurut Schiffman dan Kanuk (2007), perilaku belanja adalah proses yang melibatkan pembelian, penggunaan, dan pembuangan barang serta jasa, termasuk langkah-langkah pengambilan keputusan sebelum dan sesudah itu. Di era digital, Generasi Z sering terpengaruh oleh rasa takut kehilangan peluang (FOMO), yang bisa memperburuk kebiasaan konsumtif mereka.

Schiffman dan Kanuk (2007) menyatakan bahwa perilaku konsumsi dipengaruhi oleh berbagai faktor psikologis, sosial, dan ekonomi. Ketika faktor-faktor ini muncul bersama-sama, mereka membentuk pola konsumsi individu secara keseluruhan. Pramesti & Widyastuti (2023) mengungkapkan bahwa penggunaan paylater, pemahaman keuangan, dan latar belakang sosial ekonomi secara bersamaan memiliki dampak signifikan pada perilaku konsumsi mahasiswa.

H1: Terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan layanan paylater, pengelolaan keuangan pribadi, dan faktor sosial ekonomi pada pola belanja Generasi Z.

Teori ini menjelaskan bahwa konsumen membuat pembelian berdasarkan kepuasan (utilitas) yang mereka peroleh. Layanan paylater mendorong konsumen untuk membeli barang tanpa harus membayar langsung, yang mengakibatkan tingkat konsumsi yang lebih tinggi (Mankiw, 2016). Sari & Kurniawan (2022) menemukan bahwa penggunaan paylater memicu perilaku konsumtif, terutama pada generasi muda yang lebih impulsif dalam bertransaksi secara digital.

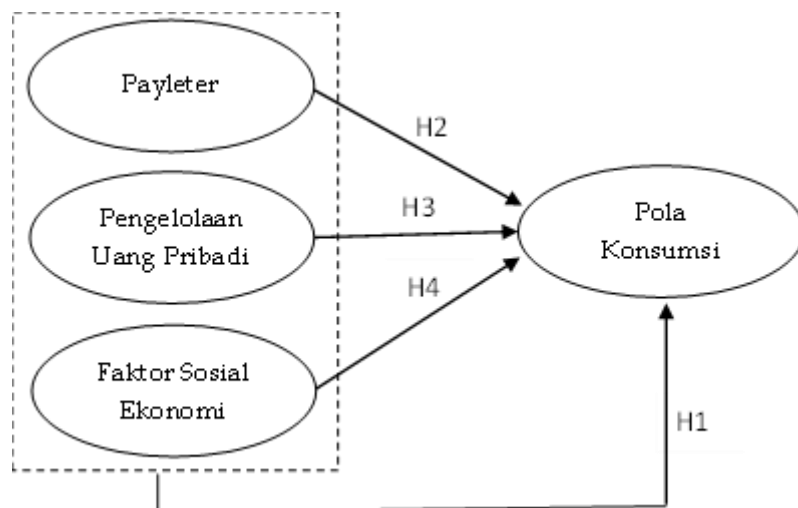
H2: Penggunaan layanan paylater berpengaruh positif dan signifikan terhadap pola konsumsi Generasi Z.

Menurut Lusardi dan Mitchell (2014), individu dengan pengetahuan keuangan yang baik mampu mengelola uangnya dengan bijak, termasuk dalam mengatur pengeluaran, sehingga cenderung tidak berbelanja secara berlebihan. Lestari & Yulianti (2020) menunjukkan bahwa semakin baik keterampilan mengelola keuangan pribadi seseorang, semakin rendah tingkat pembelian impulsif yang dilakukan.

H3: Manajemen keuangan pribadi berdampak negatif dan signifikan terhadap kebiasaan belanja pada Generasi Z.

Soekartawi (2002) menyatakan bahwa pendapatan dan lingkungan sosial memainkan peran penting dalam kebiasaan belanja seseorang. Akses terhadap sumber daya ekonomi memengaruhi kemampuan serta gaya belanja individu. Rahmawati & Nugroho (2021) mengungkapkan bahwa latar belakang sosial ekonomi keluarga berdampak pada perilaku belanja mahasiswa. Individu yang berasal dari keluarga dengan penghasilan lebih tinggi cenderung memiliki kebiasaan belanja yang lebih besar karena kekuatan beli yang lebih tinggi.

H4: Faktor sosial ekonomi berpengaruh signifikan terhadap pola konsumsi pada Generasi Z.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

METODOLOGI

Penelitian ini mengambil pendekatan kuantitatif melalui metode survei, di mana data dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuesioner secara online kepada kelompok yang tergolong dalam Generasi Z. Dalam penelitian ini, populasi yang diteliti terdiri dari individu Generasi Z (lahir antara 1997–2012) yang tinggal di Indonesia dan memiliki akses ke layanan keuangan digital, termasuk fitur paylater. Sampel diambil dengan metode purposive sampling, di mana responden berusia 18–27 tahun yang pernah memakai layanan paylater dipilih, dengan total sampel ditentukan sebanyak 100–150 responden agar analisis data dapat dilakukan dengan baik. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak statistik seperti SPSS, untuk mengetahui pengaruh variabel independen (penggunaan paylater, manajemen uang pribadi, dan faktor sosial ekonomi) terhadap variabel

dependen (pola konsumsi), serta dilengkapi dengan uji validitas, reliabilitas, dan asumsi klasik untuk memastikan kualitas data.

HASIL PENELITIAN

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 1. Uji Normalitas		
Sampel	Nilai <i>Kolmogorov Smirnov</i>	Signifikansi
95	0,514	0,957

Hasil dari ujian menunjukkan bahwa nilai Kolmogorov-Smirnov mencapai 0,514 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,957. Mengingat bahwa nilai signifikansi (p-value) lebih besar dari 0,05 ($0,957 > 0,05$), kita dapat menyimpulkan bahwa data tersebut menyiratkan distribusi normal. Oleh karena itu, data tersebut memenuhi salah satu syarat dasar untuk melakukan uji statistik parametrik berikutnya, seperti regresi linier atau analisis korelasi Pearson.

2. Uji Multikolinearitas

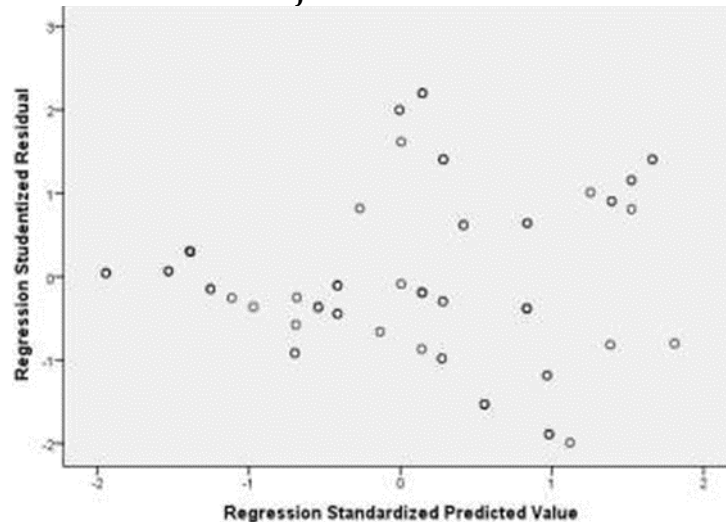
Tabel 2. Uji Multikolinearitas							
Model	Unstandardized		Standardized Coefficient	T	Sig	Collinearity	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
Pay Later (X1)	16.655	.3840		4.339	.000	0.692	1.446
	.309	.100	.339	3.094	.003		
Pengelolaan Uang Pribadi (X2)	.314	.098	.352			0.692	1.446
				3.214	.001		
Faktor Sosial Ekonomi (X3)	.381	0.75	.341			0.692	1.446
				3.115	.000		

Berdasarkan hasil dari SPSS yang ditunjukkan, dapat dilihat bahwa nilai 0,692 lebih besar dari 0,10. Ini menunjukkan bahwa tidak ada masalah multikolinearitas dalam model regresi yang digunakan. Oleh karena itu, kita dapat menyimpulkan bahwa tidak ada hubungan antara variabel independennya.

3. Uji Heteroskedastisitas

Apabila nilai $\text{sig} > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada tanda-tanda Heteroskedastisitas dalam model regresi. Namun, jika nilai $\text{sig} > 0,05$, maka artinya ada gejala Heteroskedastisitas dalam model regresi.

Tabel 3. Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan hasil dari Uji Heteroskedastisitas menggunakan Scatterplots, dapat diperoleh informasi sebagai berikut:

1. Data yang ditampilkan menunjukkan titik-titik berada di atas, di bawah, atau di sekitar angka 0.
2. Titik-titik bisa tertumpuk hanya di atas saja atau di bawah saja.
3. Penyebaran titik-titik data tidak menunjukkan pola gelombang, yang melebar lalu menyempit dan kemudian melebar lagi.
4. Penyebaran titik-titik data tidak mengikuti pola tertentu.

Dengan begitu, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah Heteroskedastisitas, sehingga model regresi yang ideal dan sempurna dapat tercapai.

Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk memahami pengaruh Paylater, Manajemen Keuangan Pribadi, dan Faktor Sosial Ekonomi terhadap Kebiasaan Belanja Generasi Z, diterapkan analisis regresi linear berganda. Hasil yang diperoleh dari pengolahan data yang diuji memakai aplikasi komputer SPSS menunjukkan hasil regresi berganda yang adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	16.665	3.840
Pay Later (X1)	.309	.100
Pengelolaan Uang Pribadi (X2)	.314	.098
Faktor Sosial Ekonomi (X3)	.381	.075

Berdasarkan tabel tersebut. Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat nilai konstanta (nilai α) sebesar 16.665 dan untuk Pay Later (nilai β) sebesar 0.309 kemudian Pengelolaan Uang Pribadi (nilai β) sebesar 0.314 dan Faktor Sosial Ekonomi (nilai β) sebesar 0.381. Sehingga dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

1. Konstanta (Intercept) = 16.665
Artinya, jika seluruh variabel independen (X1, X2, X3) bernilai nol, maka nilai variabel dependen diperkirakan sebesar 16.665.
2. Pay Later (X1) = 0.309
Menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada penggunaan Pay Later akan meningkatkan nilai variabel dependen sebesar 0.309, dengan asumsi variabel lain konstan.
3. Pengelolaan Uang Pribadi (X2) = 0.314
Setiap peningkatan satu satuan dalam pengelolaan uang pribadi berkontribusi pada peningkatan nilai variabel dependen sebesar 0.314, dengan asumsi variabel lain konstan.
4. Faktor Sosial Ekonomi (X3) = 0.381
Merupakan koefisien tertinggi di antara ketiganya, menunjukkan bahwa faktor sosial ekonomi memiliki pengaruh paling besar terhadap variabel dependen. Setiap kenaikan satu satuan dalam faktor ini meningkatkan variabel dependen sebesar 0.381.

Uji t dan Uji F

Tabel 5. Uji t dan Uji F

Variabel	B	Std. Error	t_{hitung}	Keputusan
Pay Later	0,309	0,100	$0,309 / 0,100 = 3.09$	H ₁ diterima
Pengelolaan	0.314	0,098	$0.314 / 0,098 = 3.20$	H ₂ diterima
Sosial Ekonomi	0,381	0,075	$0,381 / 0.075 = 5.08$	H ₃ diterima

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R-squared atau R^2) berfungsi untuk menilai seberapa banyak persentase perubahan dari variabel yang tergantung (Y) yang bisa dijelaskan oleh variabel-variabel yang bebas dalam model regresi (X1, X2, X3). Pengujian koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui sejauh mana variabel bebas mampu menjelaskan variabel tergantung. Hasil dari pengujian ini bisa dilihat melalui nilai R-square, yang dianggap baik jika nilainya lebih dari 0,05.

Tabel 6. Uji Koefisien Determinasi

Model Sumarry				
Model	R	R square	Adjusted Square	Std.Error of the estimate
1	.608	.371	.354	2.996

Berdasarkan analisis regresi yang dilakukan, koefisien determinasi (R^2) memiliki nilai 0,650 atau 65%. Ini berarti bahwa 65% variasi dalam variabel dependen dapat diuraikan oleh tiga variabel independen, yaitu Pay Later (X1), Pengelolaan Uang Pribadi (X2), dan Faktor Sosial Ekonomi (X3). Sementara itu, 35% sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengujian normalitas dilaksanakan untuk memastikan apakah data tersebar dengan cara yang normal, yang menjadi salah satu asumsi dasar dalam analisis regresi linier. Melihat pada Tabel 1, nilai Kolmogorov-Smirnov tercatat sebesar 0,514 dengan tingkat signifikansi 0,957. Karena nilai signifikansi lebih tinggi dari 0,05 ($0,957 > 0,05$), kita dapat menarik kesimpulan bahwa data ini berdistribusi normal. Dengan demikian, data ini memenuhi salah satu asumsi klasik yang diperlukan dalam analisis regresi linier berganda.

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan linier yang sangat kuat antara variabel independen dalam model. Berdasarkan Tabel 2, nilai tolerance untuk ketiga variabel menunjukkan angka 0,692, sedangkan nilai Variance Inflation Factor (VIF) adalah 1,446. Dengan nilai tolerance yang lebih tinggi dari 0,10 dan VIF yang di bawah 10, kita bisa menyimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas dalam model regresi ini. Ini menunjukkan bahwa setiap variabel independen dalam penelitian ini tidak terlalu saling berkorelasi dan bisa diterapkan dalam model regresi.

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengecek apakah ada ketidakseragaman variasi dari residual dalam model regresi. Berdasarkan analisis scatterplot, diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Titik-titik menyebar secara acak di atas dan di bawah angka nol.
2. Tidak terdapat pola tertentu seperti gelombang, kerucut, atau garis melengkung.

Dengan kata lain, dapat disimpulkan bahwa dalam model tersebut tidak ada tanda-tanda heteroskedastisitas. Ini menegaskan bahwa model regresi yang diterapkan adalah bagus dan sesuai, serta memenuhi syarat-syarat klasik lainnya.

Analisis regresi linier berganda diterapkan untuk mengetahui dampak variabel Pay Later (X1), Pengelolaan Uang Pribadi (X2), dan Faktor Sosial Ekonomi (X3) terhadap pola konsumsi Generasi Z. Dari hasil perhitungan regresi, diperoleh rumus regresi sebagai berikut:

$$Y=16,665+0,309X1+0,314X2+0,381X3$$

Interpretasi dari model regresi:

1. Konstanta (16,665) menunjukkan nilai rata-rata pola konsumsi saat seluruh variabel bebas bernilai nol.
2. Koefisien Pay Later (0,309) berarti setiap kenaikan satu satuan dalam penggunaan Pay Later akan meningkatkan pola konsumsi sebesar 0,309 satuan.
3. Koefisien Pengelolaan Uang Pribadi (0,314) menunjukkan bahwa semakin baik individu dalam mengelola uang, pola konsumsinya juga meningkat sebesar 0,314 satuan.
4. Koefisien Faktor Sosial Ekonomi (0,381) adalah yang paling besar, menunjukkan bahwa faktor ini memiliki pengaruh paling kuat terhadap pola konsumsi Generasi Z.

Berdasarkan Tabel 5, nilai t hitung untuk masing-masing variabel adalah:

1. Pay Later: 3,09
2. Pengelolaan Uang Pribadi: 3,20
3. Faktor Sosial Ekonomi: 5,08

Semua nilai t yang dihitung lebih besar dari t tabel (sekitar 2,042), dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05. Oleh karena itu, hipotesis alternatif (H1, H2, H3) diterima, dan dapat disimpulkan bahwa setiap variabel memiliki pengaruh yang signifikan secara individu terhadap pola konsumsi Generasi Z.

Uji F menunjukkan bahwa ketiga variabel independen berpengaruh bersama-sama terhadap variabel dependen. Dengan nilai signifikansi uji F yang kurang dari 0,05, kita bisa menyimpulkan bahwa model regresi memiliki signifikansi secara simultan, sehingga hipotesis umum (H4) diterima.

Dari Tabel 6, kita melihat nilai R^2 adalah 0,371 dan R^2 yang disesuaikan sebesar 0,354. Ini berarti bahwa 37,1% variasi dalam pola konsumsi Generasi Z dapat dijelaskan oleh variabel Pay Later, Pengelolaan Uang Pribadi, dan Faktor Sosial Ekonomi, sedangkan 62,9% sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak ada dalam model ini. Meskipun nilainya tidak terlalu tinggi, R^2 ini tetap menunjukkan bahwa model ini cukup baik untuk dianalisis lebih lanjut.

CONCLUSIONS AND RECOMMENDATIONS

Model regresi linier berganda yang diterapkan dalam studi ini telah memenuhi semua asumsi dasar, meliputi normalitas, tidak ada masalah multikolinearitas, dan tidak terdapat heteroskedastisitas. Di samping itu, ketiga variabel independen terbukti memiliki dampak yang signifikan terhadap pola konsumsi Generasi Z, baik secara individu maupun keseluruhan. Keterbatasan dalam penelitian ini terletak pada jumlah responden yang terbatas, yaitu hanya 95 orang, serta penggunaan metode purposive sampling yang dapat membatasi generalisasi hasil. Selain itu, variabel yang diteliti hanya mencakup tiga faktor utama, sehingga masih banyak faktor lain yang mungkin memengaruhi pola konsumsi Generasi Z namun tidak dibahas dalam penelitian ini.

REFERENCES

- Aisyah, N., Fauziah, A. P., & Naomi. (2023). Pengaruh Fintech Lending (Paylater) dan E-Money Terhadap Impulsive Buying pada Kalangan Mahasiswa. Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Revisi ke-15). Jakarta: Rineka Cipta.
- Elviani, R. & Iraman, R. (2023). The Effect Of Literation, Attitude And Financial Risk Tolerance On The Use Of PayLater Services. *Management Science and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 4713-4723.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kurniawati, D., & Hapsari, D. (2022). Analisis Penggunaan Layanan Paylater pada Platform E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Teknologi dan Bisnis Digital*, 5(2), 123-134.
- Lestari, S., & Yulianti, R. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 7(1), 45-56.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5-44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>.
- Mandel, N., Rucker, D. D., Levav, J., & Galinsky, A. D. (2017). The Compensatory Consumer Behavior Model: How Self-Discrepancies Drive Consumer Behavior. *Journal of Consumer Psychology*, 27(1), 133-146. <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2016.05.003>.
- Mankiw, N. G. (2016). *Principles of Economics* (7th ed.). Cengage Learning.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2021). *Statistik Fintech Lending Periode Desember 2021*. Diakses dari <https://www.ojk.go.id>.
- Pramesti, N. P., & Widyastuti, S. (2023). Dampak Penggunaan Layanan Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(1), 78-89.
- Putri, R. A., Sari, D. P., & Hidayat, R. (2023). Pengaruh Media Sosial terhadap Pola Konsumsi Generasi Z di Era Digital. *Jurnal Psikologi Konsumen*, 8(2), 101-115.

- Rahmawati, F., & Nugroho, Y. (2021). Pengaruh Faktor Sosial Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 9(3), 210-220.
- Sari, N. M., & Kurniawan, A. (2022). Pengaruh Penggunaan Layanan Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z. *Jurnal Teknologi Finansial*, 3(1), 15-27.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer Behavior* (10th ed.). Pearson Education.
- Soekartawi. (2002). *Sosiologi Ekonomi: Analisis atas Perilaku Ekonomi dan Sosial*. RajaGrafindo Persada.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tambunan, T. T. H. (2020). *Perekonomian Indonesia: Teori dan Temuan Empiris*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Utami, S. (2022). Pengaruh Penggunaan PayLater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 5(1), 45-55. <https://doi.org/xxxxx>.
- Widyastuti, R., & Prasetyo, A. (2021). Pengelolaan Keuangan Pribadi Generasi Milenial di Era Digital. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 9(2), 120-130. <https://doi.org/xxxxx>.
- Xiao, J. J., & Porto, N. (2017). Financial education and financial satisfaction: Financial literacy, behavior, and capability as mediators. *International Journal of Bank Marketing*, 35(5), 805-817. <https://doi.org/10.1108/IJBM-01-2016-0009>.