
Pengaruh Literasi Keuangan, Manfaat, dan Pendapatan terhadap Minat Penggunaan Shopee Paylater di Platform Shopee pada Kabupaten Gresik

Fatichatur Rizqiyah¹, Wasti Reviandani²

^{1,2} Universitas Muhammadiyah Gresik, Indonesia

Email: fatichaturrizqifr1711@gmail.com, wastireviandani@umg.ac.id

Abstrak

Perkembangan E-Commerce telah mempengaruhi pola perilaku belanja masyarakat, termasuk generasi Z di Kabupaten Gresik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, manfaat yang dirasakan, dan pendapatan terhadap minat penggunaan Shopee Paylater di Platform Shopee pada Generasi Z di Kabupaten Gresik. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik pengumpulan data berupa kuesioner. Sampel penelitian terdiri dari 168 responden yang dipilih menggunakan metode purposive sampling. Data dianalisis menggunakan teknik statistik deskriptif dan regresi dengan perangkat lunak WarpPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat penggunaan Shopee Paylater. Sebaliknya, manfaat yang dirasakan dan pendapatan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat tersebut. Faktor pendapatan menjadi determinan utama yang memengaruhi keputusan Generasi Z untuk menggunakan layanan Shopee Paylater, terutama karena memberikan fleksibilitas keuangan dalam memenuhi kebutuhan konsumtif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa manfaat merupakan faktor kunci dalam meningkatkan minat terhadap layanan keuangan digital seperti Shopee Paylater. Implikasi penelitian ini mencakup pentingnya pengembangan fitur layanan yang relevan dengan kebutuhan pengguna, serta perlunya edukasi literasi keuangan untuk mendukung penggunaan layanan keuangan digital secara bijak.

Kata Kunci: literasi keuangan, manfaat, pendapatan, shopee paylater, minat penggunaan, generasi Z

Abstract

The development of E-Commerce has affected people's shopping behavior patterns, including generation Z in Gresik Regency. This study aims to analyze the influence of financial literacy, perceived benefits, and income on interest in using Shopee Paylater on the Shopee Platform in Generation Z in Gresik Regency. The research method used is quantitative with data collection techniques in the form of questionnaires. The research sample consisted of 168 respondents who were selected using the purposive sampling method. The data were analyzed using descriptive statistical and regression techniques with WarpPLS software. The results of the study show that financial literacy has a positive but not significant influence on interest in using Shopee Paylater. In contrast, perceived benefits and income have a positive and significant influence on the interest. The income factor is the main determinant that influences Generation Z's decision to use the Shopee Paylater service, especially because it provides financial flexibility in meeting consumptive needs. This study concludes that benefits are a key factor in increasing interest in digital financial services such as Shopee Paylater. The implications of this research include the importance of developing service features that are relevant to user needs, as well as the need for financial literacy education to support the wise use of digital financial services.

Keywords: financial literacy, benefits, income, shopee paylater, usage interest, generation Z

PENDAHULUAN

Kemajuan e-commerce didukung oleh pesatnya perkembangan internet dan aplikasi mobile, yang memungkinkan bisnis menciptakan sistem lebih efisien untuk menjangkau konsumen secara luas. Perubahan ini juga berdampak pada pola perilaku masyarakat dalam mengakses informasi dan melakukan aktivitas belanja (Kussujaniatun et al., 2022; Rachmat et al., 2023). Perkembangan teknologi dalam *e-commerce* telah membawa transformasi signifikan dalam cara konsumen berbelanja dan bagaimana bisnis beroperasi (Choerudin et al., 2023; Chusumastuti et al., 2023). Inovasi teknologi, seperti *Platform e-commerce*, telah memperkenalkan fitur-fitur yang membuat pengalaman berbelanja lebih efisien dan menarik (Sulistyawati, 2024). Dengan berbagai inovasi yang ditawarkan, e-commerce tidak hanya mengubah perilaku konsumen, tetapi juga mendorong bisnis untuk terus beradaptasi dan berinovasi agar tetap kompetitif di pasar yang semakin ketat (Ramadany & Artadita, 2022).

Generasi Z di Kabupaten Gresik muncul sebagai kelompok konsumen yang sangat responsif terhadap perkembangan teknologi. Mereka tidak hanya terbiasa berbelanja secara online, tetapi juga cenderung memanfaatkan berbagai fitur yang ditawarkan oleh *Platform e-commerce*, termasuk opsi pinjaman konsumsi. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) kabupaten Gresik, pinjaman konsumsi yang memungkinkan konsumen untuk membeli barang dan membayar secara cicilan, menjadi semakin populer di kalangan generasi ini, terutama karena mereka sering kali mencari cara untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tanpa harus mengeluarkan uang secara langsung (Sukirno, 2016).

Fenomena ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, seperti kemudahan akses dan proses pengajuan pinjaman melalui *Platform* digital, serta pergeseran perilaku konsumen Generasi Z yang semakin terbiasa berbelanja dan memenuhi kebutuhan secara daring. Gambar di bawah menunjukkan data posisi pinjaman rupiah dan valuta asing yang diberikan oleh Bank Umum dan BPR di berbagai sektor, yaitu modal kerja, investasi, dan konsumsi, pada tahun 2022 dan 2023 di Kabupaten Gresik

Pinjaman konsumsi pada Generasi Z di Kabupaten Gresik mengalami peningkatan dari tahun 2022 ke tahun 2023. Pada tahun 2022, pinjaman konsumsi tercatat sebesar Rp8.634.395, sedangkan pada tahun 2023 diproyeksikan akan meningkat menjadi Rp9.955.852. Peningkatan pinjaman konsumsi ini menunjukkan pergeseran preferensi generasi Z terhadap metode pembayaran, termasuk penggunaan layanan seperti *Shopee Paylater*. Riset dari Lokadata.id menunjukkan bahwa layanan Buy Now Pay Later (BNPL) telah menjadi solusi yang populer, terutama di kalangan Generasi Z yang mencari alternatif kartu kredit. *Shopee Paylater*, yang terintegrasi langsung dengan *Platform e-commerce* Shopee, memanfaatkan tren ini dengan menawarkan kenyamanan tersebut. Fitur ini memungkinkan mereka untuk berbelanja sesuai dengan preferensi dan anggaran, tanpa harus terbebani dengan pembayaran tunai langsung. Dengan demikian, Generasi Z dapat memenuhi hasrat konsumtif mereka dengan lebih leluasa, meskipun tetap membutuhkan edukasi dalam mengelola pinjaman secara bijak untuk menghindari risiko utang yang berlebihan

Sistem pembayaran yang beragam memungkinkan konsumen untuk memilih metode yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka, dari kartu kredit hingga pembayaran digital dan *Paylater*. Tidak hanya meningkatkan kenyamanan tetapi juga memberikan fleksibilitas dalam pengelolaan keuangan (Priyanta et al., 2024). Dengan terus berkembangnya teknologi, inovasi dalam sistem pembayaran semakin mempercepat proses transaksi dan menawarkan biaya yang lebih rendah. Memberdayakan konsumen dalam pengelolaan keuangan mereka, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas terhadap penyedia layanan.

Shopee merupakan salah satu *Platform* e-commerce terkemuka di Asia Tenggara, menawarkan beragam produk mulai dari elektronik, fashion, hingga kebutuhan sehari-hari. Shopee dirancang untuk ramah pengguna, memudahkan konsumen untuk menelusuri dan membeli barang secara online tanpa kesulitan. Fitur yang menonjol dan menarik perhatian pengguna adalah layanan *Paylater*, yang memungkinkan mereka untuk melakukan pembelian dan menunda pembayaran hingga waktu tertentu. Fitur *Paylater* juga memanfaatkan teknologi yang canggih untuk mengevaluasi kelayakan kredit pengguna secara instan, sehingga memberikan pengalaman berbelanja yang lebih cepat dan efisien.

Menurut penelitian, layanan seperti ini meningkatkan minat belanja dan frekuensi pembelian, karena konsumen merasa lebih aman dan nyaman untuk melakukan transaksi dalam batas waktu yang telah ditentukan (Rafique et al., 2021). Fitur *Paylater* yang ditawarkan melalui aplikasi e-commerce semakin diminati oleh berbagai lapisan masyarakat, khususnya generasi muda di Indonesia. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Katadata Insight Center dan Zig, milenial dan Generasi Z merupakan segmen yang paling potensial untuk menggunakan *Paylater*. Dalam survei tersebut, tercatat 13,8 persen dari 5.204 responden memanfaatkan *Paylater*, dengan mayoritas pengguna berasal dari Generasi Z sebesar 9,7 persen (Setyowati, 2022).

Literasi keuangan yang baik dapat meningkatkan pemahaman pengguna tentang pendapatan dan manfaat penggunaan layanan *Paylater*, sehingga mendorong minat mereka untuk memanfaatkan fitur tersebut secara bijak. Dengan pemahaman yang mendalam mengenai konsep pendapatan, pengguna dapat lebih bijaksana dalam mengelola pengeluaran mereka dan menghindari utang yang berlebihan. Selain itu, pengetahuan tentang manfaat penggunaan *Paylater*, seperti kemudahan akses dan fleksibilitas pembayaran, dapat memotivasi pengguna untuk mengambil keputusan yang lebih cerdas dalam bertransaksi. Hal ini tidak hanya membantu mereka dalam mengoptimalkan penggunaan layanan keuangan, tetapi juga mendukung kesehatan finansial jangka panjang mereka, menciptakan pola pengeluaran yang lebih bertanggung jawab dan terencana (R. Lestari & Junaidi, 2023).

Manfaat menurut Asja et al., (2021) didefinisikan sebagai keuntungan yang diperoleh pengguna dari layanan *Paylater*. Pengaruh manfaat terhadap penggunaan *Paylater* dijelaskan melalui hasil penelitian yang menunjukkan bahwa semakin banyak manfaat yang dirasakan oleh pengguna, semakin tinggi minat mereka untuk menggunakan layanan tersebut. Misalnya, penelitian oleh Asja et al., (2021) dan menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan berkorelasi positif dengan minat pengguna untuk menggunakan *Paylater*.

Penelitian oleh Asja et al., (2021) mengungkapkan bahwa pendapatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat dalam menggunakan *Paylater*. Individu dengan pendapatan yang lebih tinggi cenderung lebih berminat menggunakan *Paylater*, karena peningkatan pendapatan biasanya diikuti dengan peningkatan konsumsi.

Menurut Ningsih et al., (2023) Minat merujuk pada kecenderungan individu untuk memilih aktivitas tertentu, yang dapat dipengaruhi oleh berbagai kondisi. Minat ini tercermin pada mahasiswa yang menggunakan Shopee, di mana mereka merasa tertarik pada salah satu opsi pembayaran yang ditawarkan, yaitu layanan Shopee *Paylater*. Literasi keuangan penting bagi generasi Z, terutama mahasiswa program studi manajemen. Di fase ini, mereka perlu belajar mengelola keuangan dan bertanggung jawab atas pengeluaran pribadi. Namun, tingkat literasi keuangan tiap individu berbeda-beda. Peneliti telah melakukan pra-survei pada 50 generasi Z di kabupaten Gresik dengan menggunakan kuesioner yang mencakup indikator literasi keuangan (Salsabila, 2022). Berdasarkan penelitian terdahulu, peneliti tertarik untuk dapat mengetahui tentang penggunaan *Paylater*. Penelitian yang dilakukan R. Lestari & Junaidi, (2023) dan Hikmawati et al., (2024) menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan *Paylater*. Menurut Rohmah et al., (2024) menyatakan bahwa adanya pengaruh positif pendapatan *Paylater* terhadap minat penggunaan *Paylater*. Namun peneliti menemukan adanya gap pada penelitian terdahulu mengenai literasi keuangan yang disajikan sebagai berikut:

Tabel 1. Maping research GAP

Hubungan Antar Variabel	Penelitian Terdahulu		Research GAP
Pengaruh literasi keuangan terhadap minat <i>Paylater</i>	(R. M. Lestari & Kartika, 2024) √	Hikmawati et al., (2024) √	Inkosisten
Pengaruh manfaat terhadap minat <i>Paylater</i>	Kussujaniatun et al., (2022) X	Ningsih et al., (2023) X	Inkosisten
Pengaruh pendapatan terhadap minat <i>Paylater</i>	Rohmah et al., (2024) √		Inkosisten

Sumber: Jurnal diolah, 2

Tabel 1. menyajikan analisis mengenai hubungan antara berbagai variabel yang berkaitan dengan literasi keuangan dan dampaknya terhadap minat *Paylater*. Dari hasil penelitian, terlihat bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat *Paylater*. R. M. Lestari & Kartika, (2024) serta Hikmawati et al., (2024) yang masing-masing menunjukkan hasil positif. Ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki pemahaman yang lebih baik tentang literasi keuangan cenderung lebih efektif dalam mengelola penggunaan *Paylater* mereka, mengurangi risiko terjebak dalam utang yang tidak terkendali.

Widyaningsih, (2024) tidak menemukan pengaruh yang signifikan antara manfaat *Paylater* dan kemampuan mahasiswa dalam mengelolanya. Ketidaksesuaian antara kedua

penelitian ini menunjukkan bahwa cara mahasiswa memahami manfaat *Paylater* bisa berbeda-beda. Faktor-faktor seperti konteks kehidupan mereka, pengalaman pribadi, dan sikap terhadap utang mungkin memengaruhi pemahaman ini. Dengan kata lain, meskipun beberapa mahasiswa melihat manfaat *Paylater* dengan jelas, yang lain mungkin tidak merasakannya, sehingga memengaruhi kemampuan mereka dalam pengelolaan keuangan.

Penelitian yang dilakukan oleh Priyanta et al., (2024) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara pendapatan dan minat dalam menggunakan *Paylater*. Hal ini mengindikasikan bahwa faktor pendapatan berperan penting dalam menentukan kemampuan seseorang untuk mengelola *Paylater* dengan efektif. Namun, meskipun pendapatan berkontribusi terhadap pengelolaan *Paylater*, aspek lain seperti literasi keuangan, sikap terhadap utang, dan kebiasaan belanja tetap perlu dipertimbangkan. Secara keseluruhan, analisis ini menunjukkan adanya celah penelitian (research gap) yang perlu dieksplorasi lebih lanjut. Penting untuk memahami bagaimana literasi keuangan, manfaat, dan pendapatan berinteraksi dalam konteks minat *Paylater* pada generasi Z di Kabupaten Gresik.

Penelitian ini berfokus pada tiga variabel utama, yaitu literasi keuangan, manfaat, dan pendapatan, yang dianggap sebagai determinan utama dalam minat penggunaan *Shopee Paylater*. Literasi keuangan mencakup pemahaman terhadap konsep dasar keuangan, seperti pengelolaan pendapatan, pengeluaran, dan risiko kredit. Manfaat yang dirasakan pengguna, seperti kemudahan akses dan fleksibilitas pembayaran, menjadi faktor penentu dalam menarik minat mereka. Sementara itu, pendapatan berperan penting dalam menentukan kapasitas pengguna untuk memanfaatkan layanan ini secara berkelanjutan. Penelitian ini menawarkan kebaruan (*novelty*) dengan mengidentifikasi interaksi antara literasi keuangan, manfaat, dan pendapatan terhadap minat penggunaan *Shopee Paylater* di kalangan Generasi Z di Kabupaten Gresik. Kajian ini juga mengisi kesenjangan penelitian sebelumnya yang menunjukkan hasil yang inkonsisten terkait hubungan antara variabel-variabel tersebut.

Adanya penelitian ini untuk mempermudah dan melatih generasi Gen Z agar lebih bijak dalam penggunaan fitur pembayaran digital. Maka dari itu sesuai dengan judul artikel ini yaitu “Pengaruh Literasi Keuangan, Manfaat, dan Pendapatan Terhadap Minat Penggunaan *Paylater* di Platform *Shopee* pada Kabupaten Gresik”. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut: “Menganalisis pengaruh literasi keuangan, manfaat yang dirasakan, dan pendapatan pengguna terhadap minat penggunaan layanan *Paylater* di Platform *Shopee* di Kabupaten Gresik”. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat menambah khazanah ilmu pengetahuan dalam bidang keuangan digital dan perilaku konsumen, memberikan rekomendasi kepada penyedia layanan keuangan digital untuk meningkatkan edukasi literasi keuangan dan menawarkan fitur yang lebih relevan dengan kebutuhan pengguna dan meningkatkan kesadaran masyarakat, khususnya Generasi Z, dalam memanfaatkan layanan keuangan digital secara bijak dan bertanggung jawab. Dengan pendekatan yang komprehensif, penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi studi lebih lanjut serta kontribusi nyata dalam pengembangan layanan keuangan digital di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian pada kali ini memilih penelitian kausal comparative yang memiliki tujuan untuk melihat pengaruh variabel dependen terhadap variabel independen. Penelitian ini mengambil kuantitatif yaitu penelitian yang menggunakan serangkaian fenomena serta hubungan-hubungannya, penelitian kali ini bertujuan mengembangkan teori-teori, model-model dan hipotesis yang memiliki keterkaitan terhadap fenomena yang diteliti. Penelitian ini juga mengukur pengaruh Literasi keuangan, manfaat *Paylater*, dan pendapatan terhadap minat penggunaan *Paylater* sebagai variabel dependen. Penelitian ini memilih menggunakan data primer yaitu menggunakan media kuesioner terhadap generasi Z di Kabupaten Gresik.

Batasan Penelitian

Dalam penelitian selalu ada batasan untuk menjaga penelitian ini tidak menyimpang dan tetap berfokus pada yang ingin diteliti. Maka dari itu agar penelitian sesuai dengan tujuan penelitian dan tidak menyimpang batasan penelitian meliputi:

1. Penelitian ini memilih melakukan penelitian pada generasi Z di Kabupaten Gresik dengan cara menyebarkan kuesioner.
2. Kriteria responden pada penelitian ini adalah Mahasiswa Generasi Z
3. Ruang lingkup penelitian membatasi pengujian terkait Literasi keuangan, manfaat *Paylater*, dan pendapatan terhadap minat penggunaan *Paylater*.

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yaitu dapat dijadikan sebagai suatu tolak ukur yang dapat dipakai pada saat penelitian. Instrumen penelitian ini berupa kuesioner yang akan dibagikan pada generasi Z di Kabupaten Gresik.

Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini terdiri dari Generasi Z yang berada di Kabupaten Gresik. Sampel penelitian juga diambil dari Generasi Z di wilayah tersebut. Penulis menggunakan metode kuesioner untuk mengumpulkan data dari responden yang termasuk dalam Generasi Z di Kabupaten Gresik. Pengambilan sampel yang digunakan agar memenuhi kriteria yang telah ditentukan dengan Purposive Sampling yaitu Generasi Gen Z yang bertempat di Kabupaten Gresik diharapkan dapat memberikan jawaban atas hipotesis-hipotesis. Penelitian ini mengambil sampel berjumlah 140 responden.

Data dan Metode Pengumpulan Data

Bentukan jenis data yang akan hadir di dalam penelitian sekarang ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif ialah dimana data yang akan didapat di akhir nanti dapat berupa angka ataupun skor yang melalui alat pengumpulan data sehingga nantinya jawaban akhir berupa pertanyaan yang akan diberi bobot. Bentuk data yang didapat berupa data primer dari hasil responden. Kuesioner yang akan disebar secara langsung, dengan isi pertanyaan yang bersangkutan langsung dengan variabel yang digunakan di dalam penelitian ini, yaitu

variabel independen Literasi keuangan, manfaat *Paylater*, dan pendapatan terhadap minat penggunaan *Paylater* sebagai variabel dependen yang akan langsung diisi oleh responden. Metode Pengumpulan Data. Metode pengumpulan data yang dipakai pada penelitian ini yaitu metode survei. Metode survei yaitu suatu cara dalam pengumpulan data primer dengan menyediakan dan memakai pertanyaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Hasil pengolahan data kuesioner yang diperoleh menunjukkan karakteristik berdasarkan pada jenis kelamin diketahui bahwa 168 data responden yang telah terkumpul berdasarkan jenis kelamin maka dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok yaitu responden dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 69 orang atau sebesar 41,1% dari total 168 responden, sedangkan dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 99 atau sebesar 58,9% dari total 168 responden. Berdasarkan pada data yang terkumpul sebanyak 168 responden jumlah responden terbanyak didominasi oleh jenis kelamin perempuan. Hal ini karena saat penyebaran kuesioner kurang merata dan dari hasil kuesioner yang kembali jumlah responden yang mengisi kuesioner lebih banyak perempuan karena banyaknya penggunaan Shopee mayoritas adalah perempuan.

Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Shopee *Paylater*

Hasil pengolahan data kuesioner yang diperoleh menunjukkan karakteristik berdasarkan pada penggunaan shopee *Paylater* responden sebagai berikut diketahui bahwa 168 data responden yang telah terkumpul berdasarkan pengguna *Paylater* maka dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok yaitu responden dengan iya menggunakan dan tidak menggunakan. Responden berdasarkan kategori menggunakan *Paylater* sebanyak 127 orang atau sebesar 75,6% dari total 168 responden, sedangkan dengan kategori tidak menggunakan sebanyak 41 orang atau sebesar 24,4% dari total 168 responden. Berdasarkan pada data yang terkumpul sebanyak 168 responden jumlah responden terbanyak didominasi oleh menggunakan shopee *Paylater*. Hal ini karena saat penyebaran kuesioner didominasi oleh gen z dan belum memiliki pendapatan yang cukup.

Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

Hasil pengolahan data kuesioner yang diperoleh menunjukkan karakteristik berdasarkan pada domisili responden sebagai berikut diketahui bahwa 168 data responden yang telah terkumpul berdasarkan domisili maka dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok yaitu responden dengan domisili Gresik dan luar Gresik. Responden berdasarkan kategori domisili Gresik sebanyak 165 orang atau sebesar 98,2% dari total 168 responden, sedangkan dengan kategori luar Gresik sebanyak 3 orang atau sebesar 1,8% dari total 168 responden. Berdasarkan pada data yang terkumpul sebanyak 168 responden jumlah responden terbanyak didominasi oleh domisili Gresik. Hal ini karena saat penyebaran kuesioner terfokus pada mahasiswa gen Z kabupaten Gresik.

Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini mencakup pembahasan mengenai analisis deskriptif terhadap variabel-variabel yang diteliti serta analisis statistik yang dilakukan dengan bantuan software Warp-PLS. Analisis tersebut bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dan mendukung pembahasan dalam menyelesaikan permasalahan penelitian.

Analisis Deskriptif

Analisis yang dilakukan bertujuan untuk menggambarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui pengumpulan data dari responden di lapangan. Analisis naratif dilakukan setelah uji validitas dan uji reliabilitas pada skala atau skor pernyataan selesai dilakukan. Analisis deskriptif berfungsi untuk memberikan gambaran tentang objek penelitian serta hasil yang diperoleh dari responden. Selanjutnya, pembahasan akan mencakup pengelompokan variabel yang terdiri dari variabel bebas, independen, maupun mediasi. Nilai rata-rata dianalisis berdasarkan interval kelas yang dihitung menggunakan rumus. Berikut merupakan tabel pengelompokan skala likert berdasarkan skala interval:

Tabel 2. Tabel Kelas Interval

Nilai	Kategori	Interval
1	Sangat Tidak Setuju	$1.00 \leq X < 1.80$
2	Tidak Setuju	$1.81 < X < 2.60$
3	Netral	$2.61 < X < 3.40$
4	Setuju	$3.41 < X < 4.20$
5	Sangat Setuju	$4.21 < X < 5.00$

Sumber: Data diolah.

Dari data yang diperoleh dengan menggunakan skala likert 1 sampai dengan 5 kemudian dapat digunakan untuk menentukan nilai mean pada masing-masing pertanyaan. Nilai mean diperoleh dari menjumlah total skor penilaian pada masing-masing pertanyaan kemudian dibagi dengan jumlah keseluruhan item yang terjawab oleh responden. Hasil yang diperoleh kemudian diukur dengan berpedoman pada skala interval pada tabel 4.9 Berikut merupakan uraian hasil perhitungan nilai mean pada setiap variabel:

a. Analisis Tanggapan Responden terhadap Variabel Literasi Keuangan

Variabel Literasi Keuangan memiliki 5 indikator dengan 5 item pernyataan. Pengukuran pada setiap pernyataan dilakukan dengan skala likert bernilai 1 sampai 5. Analisis data mengenai tanggapan responden pada variabel literasi keuangan sebagai berikut:

Tabel 3. Tanggapan Responden terhadap Variabel Literasi Keuangan

Indikator Variabel	Skor						Mean	Penilaian
	STS	TS	N	S	SS	Total		
LK1	1	1	28	79	59	168	4,16	Setuju
LK2	1	3	27	73	64	168	4,12	Setuju
LK3	5	3	27	81	52	168	4,08	Setuju
LK4	2	1	41	69	55	168	4,11	Setuju
LK5	2	5	20	73	68	168	4,19	Setuju
Mean Variabel Literasi Keuangan							4,13	Setuju

Sumber: Data Diolah 2024

Berdasarkan tabel 3, LK5 memiliki rata-rata tertinggi, yaitu 4,19, yang berada dalam kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden sepakat untuk selalu mempertimbangkan bunga sebelum mengambil keputusan terkait utang, investasi, dan deposito. LK4 memiliki rata-rata 4,11, yang juga termasuk dalam kategori setuju. Selanjutnya, LK1 mencatat rata-rata nilai sebesar 4,16, sementara LK2 memiliki rata-rata 4,12, keduanya berada dalam kategori setuju. Di sisi lain, LK3 mencatat rata-rata terendah, yakni 4,08, namun tetap masuk dalam kategori setuju.

Dari pemaparan tersebut menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan memiliki rentang nilai terendah 4,08 hingga tertinggi 4,19. Dari hasil rata-rata nilai yang diperoleh sebesar 4,13 yang artinya termasuk dalam kategori setuju. Hal ini berarti setiap mahasiswa yang menggunakan *shopee Paylater* memahami tentang bunga, pajak dan investasi.

b. Analisis Tanggapan Responden terhadap Variabel Manfaat

Variabel Manfaat memiliki 5 indikator dengan 5 item pernyataan. Pengukuran pada setiap pernyataan dilakukan dengan skala likert bernilai 1 sampai 5. Analisis data mengenai tanggapan responden pada variabel manfaat sebagai berikut:

Tabel 4. Tanggapan Responden terhadap Variabel Manfaat

Indikator Variabel	Skor						Mean	Penilaian
	STS	TS	N	S	SS	Total		
M1	10	8	31	57	62	168	4,30	Sangat Setuju
M2	11	8	34	81	34	168	4,04	Setuju
M3	8	12	29	65	54	168	4,20	Setuju
M4	7	9	38	50	64	168	4,28	Sangat Setuju
Mean Variabel Manfaat							4,20	Setuju

Sumber: Data Diolah 2024

Berdasarkan tabel 4, M1 memiliki rata-rata nilai tertinggi, yaitu 4,30, yang termasuk dalam kategori sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa bahwa penggunaan *Paylater* dapat mempermudah proses transaksi tanpa perlu melakukan pembayaran di awal. M4 mencatat rata-rata nilai sebesar 4,28, juga masuk dalam kategori sangat setuju. Sementara itu, M3 memiliki rata-rata nilai 4,20, yang termasuk dalam

kategori setuju, dan M2 mencatat rata-rata terendah, yakni 4,04, namun tetap berada dalam kategori setuju.

Dari pemaparan tersebut menunjukkan bahwa variabel pilihan manfaat memiliki rentang nilai terendah 4,04 hingga tertinggi 4,30. Dari hasil rata-rata nilai yang diperoleh sebesar 4,20 yang artinya termasuk dalam kategori setuju. Hal ini berarti bahwa responden yang menggunakan *shopee Paylater* merasa bahwa transaksi menjadi lebih mudah dan lebih cepat tanpa melakukan pembayaran terlebih dahulu.

c. Analisis Tanggapan Responden terhadap Variabel Pendapatan

Variabel pendapatan memiliki 5 indikator dengan 5 item pernyataan. Pengukuran pada setiap pernyataan dilakukan dengan skala likert bernilai 1 sampai 5. Analisis data mengenai tanggapan responden pada variabel pendapatan sebagai berikut:

Tabel 5. Tanggapan Responden terhadap Variabel Pendapatan

Indikator Variabel	Skor					Total	Mean	Penilaian
	STS	TS	N	S	SS			
P1	3	11	47	44	63	168	4,00	Setuju
P2	2	7	46	73	40	168	3,91	Setuju
P3	4	5	35	72	52	168	4,05	Setuju
P4	2	9	23	58	76	168	4,34	Sangat Setuju
Mean Variabel Pendapatan							3,82	Setuju

Sumber: Data Diolah 2024

Berdasarkan tabel 5, P4 memiliki rata-rata nilai tertinggi sebesar 4,34, yang termasuk dalam kategori sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden sangat mengharapkan adanya tunjangan kinerja dalam periode tertentu. P3 memiliki rata-rata nilai sebesar 4,03, yang berada dalam kategori setuju. Selanjutnya, P1 mencatat rata-rata nilai 4,00, yang juga termasuk dalam kategori setuju. Sementara itu, P2 memiliki rata-rata nilai terendah, yaitu 3,91, namun tetap masuk dalam kategori setuju.

Dari pemaparan tersebut menunjukkan bahwa variabel pendapatan memiliki rentang nilai terendah 3,91 hingga tertinggi 4,34. Dari hasil rata-rata nilai yang diperoleh sebesar 3,82 yang artinya termasuk dalam kategori setuju. Hal ini berarti bahwa responden sangat menginginkan tunjangan gaji, kenaikan gaji.

d. Analisis Tanggapan Responden terhadap Variabel Minat *Paylater*

Variabel minat *Paylater* memiliki 5 indikator dengan 5 item pernyataan. Pengukuran pada setiap pernyataan dilakukan dengan skala likert bernilai 1 sampai 5. Analisis data mengenai tanggapan responden pada variabel minat *Paylater* sebagai berikut:

Tabel 6. Tanggapan Responden terhadap Variabel Minat *Paylater*

Indikator Variabel	Skor					Total	Mean	Penilaian
	STS	TS	N	S	SS			
MP1	16	14	37	57	44	168	4,02	Setuju
MP2	19	14	40	66	29	168	3,75	Setuju
MP3	16	14	48	54	36	168	3,83	Setuju
MP4	18	23	40	45	42	168	3,80	Setuju
Mean Variabel Minat <i>Paylater</i>							3,85	Setuju

Sumber: Data Diolah 2024

Berdasarkan tabel 6, MP1 memiliki rata-rata nilai tertinggi, yaitu 4,02, yang termasuk dalam kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden berniat untuk menggunakan *Paylater* di masa mendatang. MP4 mencatat rata-rata nilai sebesar 3,80, yang juga berada dalam kategori setuju. Selanjutnya, MP3 memiliki rata-rata nilai 3,83, yang termasuk dalam kategori setuju. Sementara itu, MP2 memiliki rata-rata nilai terendah, yakni 3,75, namun tetap masuk dalam kategori setuju.

Dari pemaparan tersebut menunjukkan bahwa variabel minat brevet memiliki rentang nilai terendah 3,75 hingga tertinggi 4,02. Dari hasil rata-rata nilai yang diperoleh sebesar 3,85 yang artinya termasuk dalam kategori setuju. Hal ini berarti bahwa responden setuju jika akan menggunakan *Paylater* pada kemudian hari, merekomendasikan teman dan akan menggunakan *Paylater* dimanapun dan kapanpun.

Analisis Statistik

Penelitian ini menggunakan analisis statistik dengan pendekatan Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) yang diolah melalui program Warp PLS 8.0. Analisis ini mencakup pengujian pada model pengukuran (outer model) dan model struktural (inner model).

1. Model Pengukuran (*Outer Model*)

Pengujian validitas ini dilakukan untuk menilai sejumlah item pernyataan dalam menentukan apakah konstruk laten memenuhi kriteria validitas atau tidak, guna memastikan keakuratan hasil penelitian pada kuesioner yang dianalisis menggunakan WarpPLS. Suatu hasil dinyatakan valid apabila korelasi menunjukkan signifikansi dengan p-value kurang dari 0,05.

Tabel 7. Nilai Loading and Cross Loading

	LK	M	P	MP	Type (as defined)	SE	P value
LK1	(0.741)	-0.119	-0.020	0.057	Reflective	0.078	<0.001
LK2	(0.748)	-0.143	0,091667	-0.146	Reflective	0.078	<0.001
LK3	(0.729)	0,229167	-0.138	0.035	Reflective	0.078	<0.001
LK4	(0.831)	0,096528	-0.060	0.061	Reflective	0.076	<0.001
LK5	(0.826)	-0.195	0.080	-0.011	Reflective	0.076	<0.001
M1	0,188889	(0.767)	0,199306	-0.061	Reflective	0.077	<0.001

	LK	M	P	MP	Type (as defined)	SE	P value
M2	0,09375	(0.823)	-0.282	0,074306	Reflective	0.076	<0.001
M3	-0.131	(0.774)	0,076389	-0.030	Reflective	0.077	<0.001
M4	-0.273	(0.799)	-0.092	-0.023	Reflective	0.077	<0.001
P1	0,154861	-0.273	(0.831)	-0.115	Reflective	0.076	<0.001
P2	-0.045	0.013	(0.795)	0.067	Reflective	0.077	<0.001
P3	-0.024	0,103472	(0.727)	0.066	Reflective	0.078	<0.001
P4	-0.162	0,093056	(0.810)	-0.007	Reflective	0.076	<0.001
MP1	-0.027	0,181944	-0.008	(0.794)	Reflective	0.077	<0.001
MP2	-0.105	-0.029	0.068	(0.849)	Reflective	0.076	<0.001
MP3	0,223611	-0.116	-0.044	(0.739)	Reflective	0.078	<0.001
MP4	-0.147	-0.113	-0.022	(0.864)	Reflective	0.075	<0.001

Sumber: Data diolah

Berdasarkan pada pengujian validitas konvergen yang dapat dilihat dari korelasi antara skor indikator dengan skor konstruksya (loading factor) dengan bantuan software WarpPLS 8.0. Nilai yang digunakan pada loading factor pada penelitian ini dari setiap indikator yaitu sebesar $> 0,7$ maka indikator dalam penelitian dapat dinyatakan valid dan dapat disimpulkan sudah memenuhi kriteria pada penilaian uji validitas konvergen karena nilai pada loading factor sudah memenuhi syarat dari validitas konvergen. nilai loading factor pada seluruh indikator sudah memenuhi kriteria yang telah ditentukan atau $> 0,70$ dan dapat dikatakan indikator pada penelitian ini valid atau dapat disimpulkan sudah memenuhi kriteria validitas konvergen. Selanjutnya, berdasarkan hasil pada Tabel 4.14 menunjukkan bahwa nilai cross loading pada pada masing-masing variabel lebih besar dari konstruk lainnya baik dari baris maupun kolom maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel sudah memenuhi kriteria validitas diskriminan.

Tabel 8. Nilai Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	AVE	Keterangan
Literasi Keuangan	0.601	Valid
Manfaat	0.659	Valid
Pendapatan	0.620	Valid
Minat Shopee <i>Paylater</i>	0.695	Valid

Sumber: Data Diolah 2024

Dalam persyaratan pengujian AVE nilai yang digunakan yaitu $> 0,5$ maka variabel dapat dikatakan valid. Berdasarkan pada Tabel 4.15 nilai pada kolom AVE menunjukkan bahwa nilai AVE pada setiap indikator yaitu $> 0,5$ atau sudah dapat memenuhi syarat validitas konvergen.

Tabel 9. Nilai Akar Kuadrat AVE (AVES)

	X1	X2	X3	Y
X1	(0.775)	0.710	0.608	0.504
X2	0.710	(0.812)	0.551	0.709
X3	0.608	0.551	(0.787)	0.494
Y	0.540	0.709	0.494	(0.833)

Sumber: Data Diolah 2024

Pada Tabel 9 menunjukkan bahwa setiap indikator yang terdapat pada tabel sudah memenuhi kriteria akar kuadrat AVE (Square Root AVE) yang mana ditunjukkan dengan nilai pada setiap indikator lebih besar dari konstruk lainnya yang dapat dilihat dari kolom maupun baris disebelahnya.

Uji Reliabilitas

Berikut adalah hasil uji reliabilitas sampel besar yang telah dilakukan dengan menggunakan WarpPLS sebagai berikut:

Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas pada Variabel Sampel Besar

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliabel	Keterangan
Literasi Keuangan	0.833	0.883	Reliabel
Manfaat	0.827	0.885	Reliabel
Pendapatan	0.795	0.867	Reliabel
Minat Shopee <i>Paylater</i>	0.853	0.901	Reliabel

Sumber: Data Diolah 2024

Sesudah melakukan pengujian dari sampel besar pada item pernyataan literasi keuangan (LK), manfaat (M), pendapatan (P), dan minat shopee *Paylater* (MP) hasil yang telah di dapatkan yaitu tetap stabil yakni reliabel. Hal tersebut dapat diketahui berdasarkan pada tabel 4.17 dan pada keseluruhan item pernyataan dari variabel yang menunjukkan nilai cronbach's alpha >0.60.

Model Struktural (*Inner Model*)

Selanjutnya, dalam mengevaluasi inner model dengan melihat signifikansi P-value untuk mengetahui pengaruh antar variabel berdasarkan hipotesis yang dibangun. Nilai signifikansi yang digunakan ialah two-tailed, dengan nilai P-value 0.10 (level signifikansi = 10%), 0.5 (level signifikansi = 5%), dan 0.01 (level signifikansi = 1%).

Tabel 11. Nilai R2, Adjusted R2 dan Q2

Variabel Endogen	R2	Adj. R2	Q2	Kesimpulan
Minat <i>Paylater</i>	0.617	0.608	0.534	Kuat

Sumber: Data Diolah 2013

Berdasarkan Tabel 11, nilai R-squared untuk variabel endogen, yaitu minat menggunakan *Paylater*, tercatat sebesar 0,617 atau setara dengan 61,7%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel endogen memiliki pengaruh yang kuat. Selanjutnya, adjusted

R-squared tercatat sebesar 0,608, yang mengindikasikan bahwa minat menggunakan *Paylater* dalam penelitian ini dapat dijelaskan oleh literasi keuangan, manfaat, dan pendapatan sebesar 60,8%, sementara sisanya, yaitu 39,2%, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini.

Hasil uji Q-squared menunjukkan nilai sebesar 0,534, yang menandakan bahwa model memiliki relevansi prediktif karena nilai Q2 lebih besar dari 0. Artinya, penilaian terhadap variabel endogen memiliki validitas prediktif yang baik dan dapat diterima. Berikut ini adalah hasil pengujian kecocokan model (Goodness of Fit) yang ditampilkan dalam tabel.

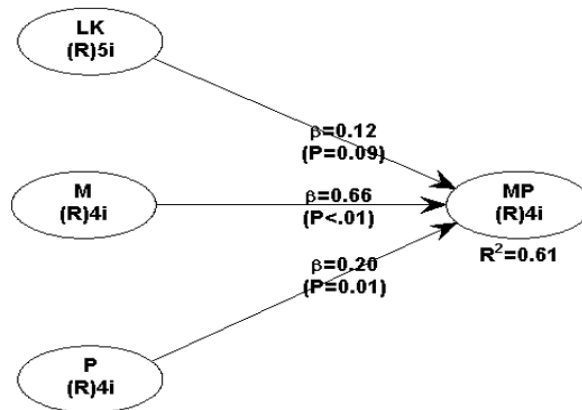
Tabel 12. Ringkasan Model Fit Kriteria Indeks P-value Kriteria Kesimpulan

Kriteria	Indeks	P-value	Kriteria	Kesimpulan
<i>Average path coefficient</i> (APC)	0.314	P<0.001	P < 0,05	Diterima
<i>Average R-Squared</i> (ARS)	0.617	P<0.001	P < 0,05	Diterima
<i>Average Adjusted R-Squared</i> (AARS)	0.608	P<0.001	P < 0,05	Diterima
<i>Average Block Variance Inflation Factor</i> (AVIF)	2.069	≤ 5 dan idealnya ≤ 3,3		Diterima
<i>Average Full Collonearity VIF</i> (AFVIF)	2.297			Diterima
<i>Tenenhaus GoF</i> (GoF)	0.630	Kecil ≥ 0,1 Sedang ≥ 0,25 Besar ≥ 0,36		Besar
<i>Sympson's paradox ratio</i> (SPR)	1.000	≥ 0,7 dan idealnya 1		Diterima
<i>R-squared contribution ratio</i> (RSCR)	1.000			Diterima
<i>Statistical suppression ratio</i> (SSR)	1.000	≥ 0,7		Diterima
<i>Nonlinear bivariate causality direction ratio</i> (NLBCDR)	1.000	≥ 0,7		Diterima

Sumber: Data Diolah 2024

Berdasarkan hasil uji Goodness of Fit pada Tabel 4.19 menunjukkan telah memenuhi kriteria yang telah di tentukan dan dapat diterima. Dengan demikian model yang dibentuk sudah sesuai dan fit serta layak untuk di uji pada tahap hipotesis.

Koefisien Jalur. Koefisien jalur adalah bentuk persamaan struktural yang sudah dianalisa menggunakan software Warp PLS 8.0. Pemodelan tersebut sudah di uji dan dihitung secara otomatis serta menggambarkan Koefisien jalur adalah bentuk persamaan struktural yang sudah dianalisa menggunakan software Warp PLS bentuk kerangka pemikiran atas hipotesis. Berikut merupakan gambaran hipotesis untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen:



Gambar Diagram Path

Sumber: Warp PLS 8,0 Hasil Estimasi Model Recursive dengan Indikator Reflektif

Pengujian Hipotesis

Berdasarkan pada data yang sudah diperoleh dan model yang telah memenuhi pengujian model pengukuran (outer model) hingga model struktural (inner model), kemudian akan dilakukan pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat melihat path coefficients dan tingkat signifikansinya serta tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis dapat dilihat dari P-value untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 13. Uji Hipotesis

Hipotesis	Keterangan	Path Coefficients	P-value	Kesimpulan
H1	LK → MP	0.083	0.179	H1 Ditolak
H2	M → MP	0.666	<0.001	H2 Diterima
H3	P → MP	0.193	0.014	H3 Ditolak

Sumber: Data Diolah 2024

Hipotesis 1:

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.20 menunjukkan bahwa hasil hipotesis 1 memiliki nilai Path Coefficient (β) sebesar 0,083. Hal ini menunjukkan bahwa nilai literasi keuangan memiliki hubungan positif terhadap minat *Paylater*. Selanjutnya, nilai P-value pada variabel literasi keuangan sebesar 0,179 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Dari hasil pengujian ini menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa variabel literasi keuangan (LK) tidak memiliki pengaruh terhadap minat *Paylater* (MP). Dengan demikian dapat dikatakan seseorang yang memiliki literasi keuangan yang tinggi, belum tentu semakin tingginya minat untuk menggunakan *Paylater* dikarenakan merasa lebih memahami cara untuk mengatur keuangannya.

Hipotesis 2:

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.20 menunjukkan bahwa hasil hipotesis 2 memiliki nilai Path Coefficient (β) sebesar 0,666. Hal ini menunjukkan bahwa nilai manfaat memiliki hubungan positif terhadap minat *Paylater*. Selanjutnya, nilai P-value pada variabel pilihan karir sebesar <0,001 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Dari

hasil pengujian ini menunjukkan bahwa H0 diterima dan H2 diterima, maka dapat disimpulkan bahwa variabel manfaat (M) memiliki pengaruh terhadap minat *Paylater* (MP). Dengan demikian dapat dikatakan semakin tinggi manfaat yang diberikan, maka semakin tinggi pula seseorang untuk berusaha menggunakan shopee *Paylater*.

Hipotesis 3:

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.20 menunjukkan bahwa hasil hipotesis 3 memiliki nilai Path Coefficient (β) sebesar 0,193. Hal ini menunjukkan bahwa nilai pendapatan memiliki hubungan positif terhadap minat *Paylater*. Selanjutnya, nilai P-value pada variabel pendapatan sebesar 0,014 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Dari hasil pengujian ini menunjukkan bahwa H0 diterima dan H3 ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa variabel pendapatan (P) tidak memiliki pengaruh terhadap minat *Paylater* (MP). Hal ini dapat disimpulkan bahwa seseorang yang memiliki pendapatan yang tinggi dapat dipastikan tidak akan menggunakan *Paylater* untuk melakukan kesenangannya.

Pembahasan

Dalam sub bab ini dapat dijelaskan tentang hasil dari analisis secara teoritis maupun empiris tentang pengetahuan perpajakan, pilihan karir dan motivasi ekonomi yang telah dihipotesiskan.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat *Paylater*

Hasil pengujian hipotesis pertama menyatakan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan shopee *Paylater*. Dimana hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan shopee *Paylater*. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa semakin paham seseorang tentang literasi keuangan maka tidak berpengaruh terhadap tinggi rendahnya minat seseorang untuk menggunakan shopee *Paylater*.

Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya literasi keuangan bukan menjadi alasan utama bagi mahasiswa untuk tidak menggunakan shopee *Paylater*. Sebagian besar mahasiswa telah mempelajari informasi terkait literasi keuangan dimana literasi keuangan banyak dijelaskan di sosial media. Mahasiswa yang memiliki literasi keuangan yang baik belum tentu tidak memiliki niat untuk tidak menggunakan shopee *Paylater* dikarenakan dalam shopee *Paylater* memberikan kemudahan. Kemudahan yang diberikan oleh shopee *Paylater* menarik minat mahasiswa gen Z untuk menggunakan karena lebih mudah dipahami.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Ningsih et al., (2023) yang menyatakan bahwa literasi keuangan tidak memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan shopee *Paylater*. Penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian (Hikmawati et al., 2024; R. M. Lestari & Kartika, 2024; Ramadany & Artadita, 2022), yang menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan shopee *Paylater*.

Pengaruh Manfaat terhadap Minat *Paylater*

Hasil pengujian hipotesis kedua menyatakan bahwa manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan shopee *Paylater*. Dimana hasil pengujian menunjukkan bahwa

variabel manfaat memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan shopee *Paylater*. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa seseorang semakin membutuhkan manfaat dari pinjaman yang diberikan maka akan lebih berpengaruh terhadap tinggi minat seseorang untuk menggunakan shopee *Paylater*.

Hal ini menunjukkan bahwa tinggi manfaat yang diberikan menjadi alasan utama bagi mahasiswa untuk menggunakan shopee *Paylater*. Berdasarkan hal tersebut dapat diartikan bahwa seseorang akan berminat menggunakan shopee *Paylater* jika manfaat yang diberikan semakin banyak. Mahasiswa yang memiliki keinginan untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan seperti kemudahan dalam bertransaksi akan sangat tertarik dengan apa yang ditawarkan oleh shopee *Paylater*. Dengan menggunakan shopee *Paylater* diharapkan dapat memberikan manfaat yang besar untuk mahasiswa.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Ramadany & Artadita, 2022), Ningsih et al., (2023) yang menyatakan bahwa manfaat tidak memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan shopee *Paylater*. Penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Rohmah et al., (2024) yang menyatakan bahwa manfaat memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan shopee *Paylater*.

Pengaruh Pendapatan terhadap Minat *Paylater*

Hasil pengujian hipotesis ketiga menyatakan bahwa pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan shopee *Paylater*. Dimana hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel pendapatan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan shopee *Paylater*. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa tinggi rendahnya pendapatan seseorang tidak berpengaruh terhadap minat seseorang untuk menggunakan shopee *Paylater*.

Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya pendapatan bukan menjadi alasan utama bagi mahasiswa untuk tidak menggunakan shopee *Paylater*. Sebagian besar mahasiswa belum memiliki pekerjaan yang tetap dikarenakan masih terhalang dengan jadwal mata kuliah yang masih berganti ganti setiap saat. Mahasiswa gen Z kebanyakan bekerja freelance di coffeshop atau sejenisnya. Mahasiswa yang memiliki pendapatan yang pasti masih tergiur dengan manfaat yang diberikan oleh shopee *Paylater*, maka dari itu masih pendapatan tidak menjadi patokan untuk mahasiswa tidak atau menggunakan shopee *Paylater*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang Lestari & Kartika, (2024) menyatakan bahwa pendapatan tidak memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan shopee *Paylater*. Penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian (Hikmawati et al., 2024; Rohmah et al., 2024) yang menyatakan bahwa pendapatan memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan shopee *paylater*.

Research Gap

Dari penelitian ini, terlihat beberapa gap yang perlu dicatat

1. Literasi Keuangan: Beberapa penelitian sebelumnya menyatakan literasi keuangan berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan keuangan digital. Namun, penelitian ini menemukan bahwa literasi keuangan tidak signifikan dalam mempengaruhi minat, terutama pada generasi Z di Kabupaten Gresik.

2. Manfaat: Penelitian ini mendukung hasil beberapa penelitian sebelumnya bahwa manfaat yang dirasakan adalah faktor penting yang memengaruhi minat penggunaan. Namun, terdapat ketidaksesuaian dengan penelitian lain yang menyebutkan manfaat tidak selalu signifikan terhadap minat.
3. Pendapatan: Hasil penelitian ini menyatakan pendapatan tidak signifikan memengaruhi minat, berbeda dengan penelitian lain yang menunjukkan pendapatan sebagai faktor penting dalam penggunaan layanan keuangan digital.

Implikasi Penelitian

1. Teoritis: Penelitian ini memperluas pemahaman tentang perilaku konsumen Generasi Z dalam konteks penggunaan layanan keuangan digital, khususnya *Paylater*. Temuan ini menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan menjadi faktor dominan, sedangkan literasi keuangan dan pendapatan kurang relevan.
2. Praktis: Temuan ini memberikan panduan bagi penyedia layanan *Paylater* untuk lebih fokus pada peningkatan manfaat dan kemudahan penggunaan layanan. Strategi pemasaran harus menonjolkan fleksibilitas dan keuntungan yang ditawarkan oleh Shopee *Paylater*.
3. Kebijakan: Pemerintah atau lembaga keuangan dapat menggunakan temuan ini untuk mengembangkan program literasi keuangan yang berfokus pada manajemen risiko penggunaan layanan *Paylater* untuk menghindari utang berlebih, terutama di kalangan generasi muda.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan interpretasi hasil, maka dalam penelitian ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: Literasi keuangan: Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara literasi keuangan dan minat pengguna terhadap layanan *Paylater* pada generasi Z di kabupaten Gresik. Individu yang memiliki tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung lebih percaya diri dan bijak dalam menggunakan fitur ini, sehingga dapat mengurangi risiko utang yang tidak terkendali. Manfaat: Hasil penelitian menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan dari penggunaan *Paylater* juga berpengaruh positif terhadap minat pengguna pada generasi Z di kabupaten Gresik. Generasi Z yang merasakan manfaat seperti kemudahan akses dan fleksibilitas pembayaran lebih cenderung untuk menggunakan layanan tersebut. Pendapatan: Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh pendapatan terhadap minat menggunakan Shopee *Paylater*, dapat disimpulkan bahwa pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat generasi Z di kabupaten Gresik dalam memanfaatkan layanan tersebut. Meskipun terdapat variasi dalam tingkat pendapatan di antara generasi Z, hal ini tidak menjadi faktor penentu dalam keputusan mereka untuk menggunakan Shopee *Paylater*.

DAFTAR PUSTAKA

- 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.
- Choerudin, A., Widayawati, R., Warpindyastuti, L. D., Khasanah, J. S. N., Harto, B., Oktaviani, N. F., Sohilauw, M. I., Nugroho, L., Suharsono, J., & Paramita, V. S. (2023). Literasi Keuangan. *Global Eksekutif Teknologi*.
- Chusumastuti, D., Elisabeth, C. R., Nurali, N., Suryadharma, M., & Sinaga, H. D. E. (2023). Gangguan Digital dan Transformasi Ekonomi: Menganalisis Dampak E-Commerce terhadap Industri Tradisional. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan West Science*, 1(03), 173–185. <https://doi.org/10.58812/jekws.v1i03.508>
- Hikmawati, N., Indriasari, I., & Meiriyanti, R. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan, Gaya Hidup dan Risiko terhadap Minat Menggunakan *Shopee Paylater* pada Generasi Milenial. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(4), 7464–7477.
- Kussujaniatun, S., Sujatmika, S., & Laksana, D. H. (2022). *Digitalisasi Layanan Keuangan pada Lembaga Jasa Keuangan Mikro*.
- Lestari, R., & Junaidi, J. (2023). Pengaruh Religiusitas Machiavellian dan Love Of Money terhadap Penggelapan Pajak. *Pengaruh Religiusitas Machiavellian dan Love of Money terhadap Penggelapan Pajak*, 7(1), 243–253.
- Lestari, R. M., & Kartika, E. (2024). Pengaruh Pendapatan, Literasi Keuangan, dan Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan *Paylater* pada Generasi Z di Kota Semarang. *Jurnal Mirai Management*, 9(1), 659–667. <https://doi.org/10.37531/mirai.v9i1.6908>
- Ningsih, M. C., Woestho, C., & Kurniawan, D. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Manfaat *Paylater* dan Pendapatan Generasi Z terhadap Minat Penggunaan *Paylater* di Platfrom *Shopee* pada Kecamatan Tambun Selatan. *Jurnal Economina*, 2(11), 3218–3231. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i11.967>
- Priyanta, P., Hidayati, D., Sudarsono, B., & Hasanah, E. (2024). Manajemen Pembiayaan Pendidikan Berbasis Digital pada Pondok Pesantren di Klaten. *Manajemen Pendidikan*, 106–121.
- Rachmat, Z., Pandowo, A., Rukmana, A. Y., Haryanti, I., Sasongko, D. B., Nugraha, J. P., & Salam, R. (2023). Digital Marketing dan E-Commerce. *Padang: Global Eksekutif Teknologi*.
- Ramadany, C., & Artadita, S. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Penggunaan *Shopee Paylater* terhadap Perilaku Pembelian Impulsif pada Generasi Milenial dan Generasi Z DiIndonesia. *YUME: Journal Of Management*, 5(1), 606–614. <https://doi.org/10.37531/yum.v6i1.3700>
- Rohmah, D. M., Priyono, A. A., & Arsyianto, M. T. (2024). Pengaruh Penapatan Manfaat dan Kemudahan terhadap Minat Penggunaan *Shopee Paylater* pada Mahasiswa Unisma Fakultas Ekonomi dan Bisnis 2020. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 782–790.
- Salsabila, S. T. (2022). *Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Kemudahan*

Penggunaan, dan Manfaat terhadap Niat Menggunakan Paylater pada Mahasiswa di Indonesia. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/42453>

Setyowati, D. (2022). Survei KIC: Gen Z dan Milenial Pakai *Paylater* untuk Belanja Busana. *Katadata. Co. Id. Retrieved March, 12, 2023.*

Sukirno, S. (2016). *Mikroekonomi: Teori Pengantar Edisi Ke-3. Jakarta: Rajagrafindo Persada. Cetakan, 31.*

Sulistiyawati, U. S. (2024). Membangun Keunggulan Kompetitif Melalui Platform E-Commerce: Studi Kasus Tokopedia. *Jurnal Manajemen dan Teknologi, 1(1)*, 43–56. <https://doi.org/10.35870/jmt.v1i1.776>

Widyaningsih, I. U. (2024). Literasi Keuangan, Lifestyle Hedonism terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Tirtayasa Ekonomika, 19(1)*, 28–41. <http://dx.doi.org/10.35448/jte.v19i1.27056>



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)