

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PERILAKU PEMBELIAN IMPLUSIF, GAYA HIDUP DAN NIAT PENGGUNAAN TERHADAP PENGGUNAAN *SHOPEE PAYLATER* PADA GEN Z DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Mutiara Mukti¹, Murwani Eko Astuti²

INTISARI

Latar Belakang: Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya fenomena penggunaan layanan *Shopee Paylater* di kalangan Generasi Z di Daerah Istimewa Yogyakarta. Kemudahan akses, gaya hidup konsumtif, dan kurangnya literasi keuangan menjadi faktor-faktor yang dapat memengaruhi perilaku penggunaan layanan keuangan digital ini. Selain itu, munculnya perbedaan hasil pada penelitian sebelumnya membuka celah untuk diteliti lebih lanjut.

Tujuan Penelitian: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, perilaku pembelian implusif, dan gaya hidup terhadap penggunaan *Shopee Paylater* yang dimediasi oleh niat penggunaan di kalangan Generasi Z di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Metode Penelitian: Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain *cross-sectional*. Sampel penelitian berjumlah 318 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive* sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui *Google Form*. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Square* (SEM-PLS) menggunakan *software* SmartPLS 3.0.

Hasil Penelitian: Hasil menunjukkan bahwa ketiga variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan, dan niat berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *Shopee Paylater*. Niat juga memediasi hubungan antara literasi keuangan, pembelian impulsif, dan gaya hidup terhadap perilaku penggunaan.

Kesimpulan: Ketiga variabel independen baik secara langsung maupun melalui niat, berpengaruh positif terhadap penggunaan *Shopee Paylater* oleh Gen Z. Temuan ini menegaskan pentingnya niat sebagai mediator dan menunjukkan perlunya peningkatan literasi keuangan di kalangan generasi muda untuk mendorong penggunaan layanan keuangan digital secara bijak.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Perilaku Pembelian Implusif, Gaya Hidup, Niat Penggunaan, *Shopee Paylater*, Generasi Z.

**THE INFLUENCE OF FINANCIAL LITERACY, IMPULSIVE BUYING
BEHAVIOR, LIFESTYLE, AND USAGE INTENTION ON THE USE OF
SHOPEE PAYLATER AMONG GENERATION Z IN THE SPECIAL
REGION OF YOGYAKARTA**

Mutiara Mukti¹, Murwani Eko Astuti²

ABSTRACT

Background: This research is motivated by the rising trend of using Shopee Paylater among Generation Z in the Special Region of Yogyakarta. Easy access, a consumptive lifestyle, and lack of financial literacy are among the factors influencing their use of digital financial services. Inconsistencies in previous studies further justify the need for this research.

Research Objective: The purpose of this study is to analyze the influence of financial literacy, impulsive buying behavior, and lifestyle on the usage of Shopee Paylater, mediated by the intention to use, among Generation Z in the Special Region of Yogyakarta.

Research Method: This study uses a quantitative approach with a cross-sectional design. The sample consisted of 318 respondents selected through purposive sampling, with data collected via an online questionnaire. Data analysis was conducted using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS 3.0 software.

Research Results: The findings indicate that financial literacy, impulsive buying behavior, and lifestyle significantly influence the intention to use Shopee Paylater. Moreover, intention significantly affects the actual usage of Shopee Paylater. Intention also plays a significant mediating role in the relationship between the three independent variables and Shopee Paylater usage.

Conclusion: Financial literacy, impulsive buying behavior, and lifestyle, both directly and indirectly through intention, have a positive effect on the usage of Shopee Paylater among Generation Z in the Special Region of Yogyakarta. The study highlights the critical mediating role of intention in this context.

Keywords: Financial Literacy, Impulsive Buying Behavior, Lifestyle, Intention to Use, Shopee Paylater, Generation Z.