

cek

by Cek Skripsi

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA

Submission date: 24-Jul-2025 11:41PM (UTC+0700)

Submission ID: 2719974635

File name: Print_Halaman_Pengesahan_removed.pdf (871.68K)

Word count: 14015

Character count: 88024

5
**PENGARUH *FINANCIAL LITERACY*, *FINANCIAL SELF-EFFICACY*,
DAN *SELF-CONTROL* TERHADAP *RISKY CREDIT BEHAVIOR* PADA
PENGGUNA GOPAY LATER GENERASI Z**

SKRIPSI

4
Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Fakultas Ekonomi Dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta



Disusun Oleh :

WANDA AL MARATUS SHOLIKHAH
212304068

4
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA
2025

BAB I

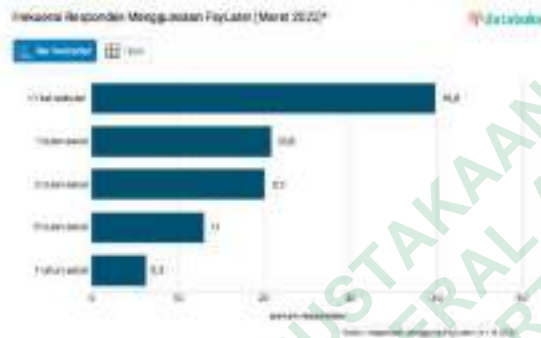
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan era digital yang semakin pesat menghadirkan berbagai inovasi teknologi dalam layanan keuangan yang mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi (Asri Nur Muin, 2025). Fintech (*financial technology*) merupakan inovasi yang menggunakan teknologi digital di bidang keuangan dengan menawarkan layanan keuangan yang serba cepat, efisien, dan mudah seperti pembayaran digital, pinjaman *online* dan investasi otomatis (Asri Nur Muin, 2025). Menurut (Telukfarie & Mungar, 2022) fintech dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori utama, yaitu layanan pembayaran (*payment*), pinjaman (*lending*), investasi, asuransi (*insurtech*), perencanaan keuangan pribadi (*personal finance planning*), penggalangan dana (*crowdfunding*), serta perbankan digital (*digital banking*).

Produk fintech yang saat ini populer di Indonesia salah satunya yakni layanan *buy now pay later* (BNPL) yang merupakan kategori fintech bidang layanan pembayaran yang memungkinkan konsumen untuk bertransaksi dengan pembayaran lunas atau cicilan (Shabrina D, 2025). BNPL adalah layanan keuangan yang memberikan fasilitas pembayaran dalam bentuk angsuran tanpa kartu kredit kepada konsumen (Jannah et al., 2024). *Buy now pay later* secara tidak langsung sudah menarik perhatian

konsumen, dimana penyedia layanan pembayaran dan penjual *online* menawarkan pembayaran di masa yang akan datang. Berdasarkan data ⁴¹ Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2023 menunjukkan bahwa jumlah kontrak pembiayaan *paylater* di Indonesia meningkat dari 4,63 juta kontrak pada tahun 2019 menjadi 79,92 juta kontrak pada tahun 2023, dengan rata-rata pertambahan tahunan sebesar 144,35% (Otoritas Jasa Keuangan, 2024). Peningkatan kontrak pembiayaan layanan ini tidak hanya disebabkan oleh kemudahan akses pengguna dalam bertransaksi, tetapi juga ditunjukkan oleh frekuensi penggunaan yang relatif tinggi.

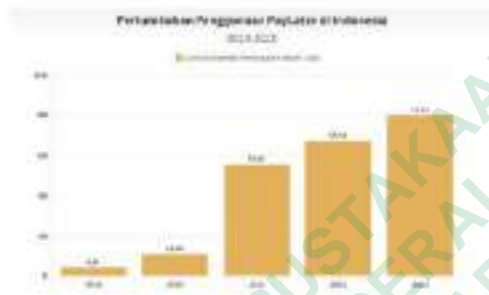


³⁰ Gambar 1.1 Frekuensi Responden Menggunakan *Paylater* (Maret 2023)

Sumber: Databoks

³⁰ Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Kredivo dan Katadata Insight Center (KIC) pada Maret 2023 terhadap 6.403 responden di Indonesia, ditemukan bahwa mayoritas pengguna *PayLater* (39,9%) menggunakan layanan tersebut lebih dari satu kali dalam sebulan. Proporsi responden yang menggunakan *PayLater* satu kali dalam sebulan mencapai

20,8%, tiga bulan sekali sebesar 20,1%, dan enam bulan sekali sebesar 13%. Hanya 6,2% responden yang menggunakan *PayLater* satu kali dalam setahun. Survei ini juga mencatat bahwa proporsi konsumen yang telah menggunakan *PayLater* selama lebih dari satu tahun meningkat dari 55,9% menjadi 78,6%, menunjukkan bahwa layanan ini telah menjadi bagian dari pola konsumsi rutin bagi banyak pengguna. Konsistensi tren ini terlihat dari data yang menunjukkan bahwa hingga Juni 2024, sebanyak 14,37 juta orang Indonesia menggunakan layanan *paylater*. Pertumbuhan ini menunjukkan adopsi yang cepat terhadap layanan keuangan digital, yang menawarkan kemudahan dalam bertransaksi (GoodStats, 2024).



Gambar 1.2 Pertumbuhan Pengguna *Paylater* di Indonesia

Sumber : GoodStats (2024)

Pertumbuhan pengguna layanan BNPL di Indonesia hingga Desember 2024 menunjukkan tren yang signifikan, dengan peningkatan sebesar 24,83% *Year-on-Year* dan total nilai portofolio kredit BNPL mencapai 35,64 triliun, sedangkan untuk total debitur per Desember 2024, angkanya itu mencapai hingga 16.982.971 atau naik 26,14% secara *Year-*

on-Year (Shabrina D, 2025). Angka ini sebagai bukti bahwa masyarakat sangat antusias terhadap metode pembayaran yang fleksibel dan inovatif ini.



Gambar 1.3 Motivasi Menggunakan *Paylater*

Sumber: Populix (2025)

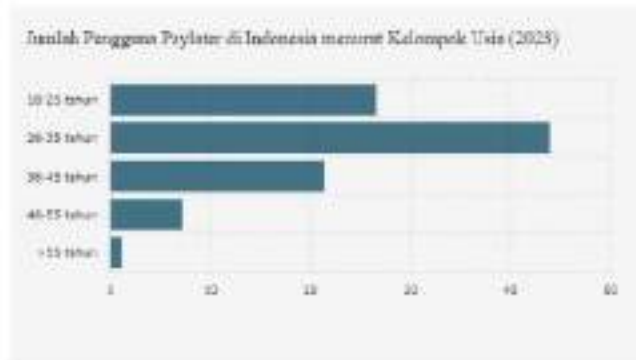
Berdasarkan data pada gambar 1.3 menunjukkan bahwa 48% pengguna menggunakan BNPL untuk membayar kebutuhan internet, paket data, kredit, dan tagihan listrik. Sebanyak 48% lainnya memanfaatkan BNPL untuk berbelanja produk fashion seperti pakaian, sepatu, dan tas. Selanjutnya, sekitar 35% pengguna menggunakan fasilitas ini untuk memenuhi pengeluaran bulanan mereka. Sebesar 21% mengalokasikan penggunaan BNPL untuk pembelian gadget dan aksesoris elektronik, sedangkan 19% digunakan untuk membeli perangkat teknologi terbaru seperti ponsel, laptop, dan tablet. Adapun 10% pengguna memanfaatkan BNPL untuk kebutuhan perjalanan, hiburan, atau *staycation*, dan sisanya 6% digunakan untuk kebutuhan lainnya (Populix, 2025).



Gambar 1. 4 Merek *paylater* yang banyak di gunakan responden

Sumber : Populix (2024)

Berdasarkan laporan survei Populix yang berjudul *'Unveiling Indonesia's Financial Evolution: Fintech Lending and Paylater Adoption'* Gambar 1.2 menunjukkan bahwa bahwa SPaylater merupakan merek *paylater* yang paling dominan digunakan oleh konsumen di Indonesia dengan persentase sebesar 77%. Selanjutnya, GoPaylater memperoleh pangsa penggunaan sebesar 23%, diikuti oleh QVO Paylater sebesar 18%, dan Kredivo sebesar 14%. Merek lainnya seperti Traveloka PayLater mencatatkan penggunaan sebesar 6%, Indodana sebesar 4%, serta Home Credit dan Atome masing-masing sebesar 3%. Adapun 2% sisanya memilih menggunakan layanan *paylater* lain di luar merek-merek yang telah disebutkan.



30 Gambar 1. 5 Jumlah pengguna *paylater* di Indonesia berdasarkan usia

Sumber : Datahoks (2024)

Menurut riset antara Kredivo dengan Katadata Insight Center (KIC), mayoritas pengguna *paylater* di Indonesia berasal dari generasi milenial dan generasi Z (Maudisha, 2022). Sebagian pengguna dengan presentase 43,9%, termasuk dalam kategori generasi milenial dengan rentang usia 26-35 tahun, sedangkan 26,5%, pengguna dari kalangan gen Z atau kelompok usia 18-25 tahun (Kredivo, 2024). Selain itu, ada 21,3% pengguna *paylater* dari kelompok usia 36-45 tahun (Kredivo, 2024). Generasi milenial menggunakan *paylater* tidak hanya untuk kebutuhan konsumtif, tetapi juga sebagai bentuk strategi pengelolaan keuangan dalam menghadapi beban ekonomi seperti biaya pendidikan, cicilan rumah, serta biaya hidup yang terus meningkat. Selain itu, keterbatasan akses terhadap kredit perbankan konvensional, yang biasanya memerlukan syarat administrasi yang ketat,

membuat layanan *paylater* menjadi alternatif pembayaran yang lebih praktis bagi Milenial (McKinsey, 2022).

Sedangkan generasi Z dikenal sebagai *digital native*, cenderung mengadopsi layanan keuangan digital seperti *paylater* karena kemudahannya (Sitapu & Fadila, 2024). Selain itu, Generasi Z menghadapi tekanan ekonomi yang lebih besar dibandingkan generasi sebelumnya, seperti biaya hidup yang meningkat dan ketidakpastian ekonomi. Hal ini mendorong mereka untuk mencari solusi keuangan instan seperti *paylater* (Sitapu & Fadila, 2024). Namun, kurangnya pemahaman tentang mekanisme *debit* dan *suka bunga* dapat menyebabkan perilaku konsumtif yang tidak terkontrol, berujung pada kesulitan finansial. Kecenderungan perilaku konsumtif ini diperkuat dengan adanya paparan media sosial yang intensif. Generasi Z banyak dipengaruhi oleh tren konsumsi yang tersatur melalui *platform* seperti Instagram, TikTok, dan YouTube, di mana gaya hidup konsumtif sering kali dipromosikan. Budaya *instant gratification* yang berkembang di kalangan Generasi Z mendorong perilaku impulsif dalam pengeluaran, di mana keputusan pembelian sering kali didorong oleh dorongan sesaat tanpa pertimbangan jangka panjang (Restike et al., 2024).

Generasi Z merupakan kelompok usia yang lahir dan tumbuh di era digital, sering kali terpapar dengan budaya konsumerisme melalui media sosial (Restike et al., 2024). Gen Z dianggap melek akan teknologi dan aktif menggunakan layanan keuangan digital sehingga cenderung memiliki preferensi terhadap kemudahan transaksi berbasis teknologi (Sitapu &

Fadila, 2024). Meskipun memberikan kemudahan, penggunaan layanan BNPL juga menimbulkan kekhawatiran terkait perilaku kredit berisiko (*risky credit behavior*) di kalangan pengguna, terutama generasi Z.

Menurut penelitian (Dean & Nicholas, 2018) pengelolaan kredit yang buruk dapat berdampak pada skor kredit individu, yang pada akhirnya mempengaruhi kesehatan keuangan jangka panjang. Skor kredit yang menurun dapat membatasi akses individu terhadap fasilitas keuangan formal di masa depan, seperti pengajuan pinjaman, kartu kredit, hingga pembiayaan rumah. Hal ini memperbesar ketergantungan individu terhadap sumber pembiayaan alternatif dengan bunga yang lebih tinggi dan risiko yang lebih besar. Selain itu, kurangnya strategi dalam pengelolaan keuangan yang efektif dapat memperbesar kemungkinan terjadinya perilaku kredit berisiko, seperti penggunaan fasilitas kredit secara berlebihan, keterlambatan pembayaran, hingga gagal bayar.

Penelitian ini menggunakan GoPayLater sebagai objek yang didasarkan pada sejumlah pertimbangan akademik, empiris, dan relevansi kontekstual dengan perkembangan perilaku keuangan masyarakat saat ini. Meskipun ShopeePayLater memiliki jumlah pengguna yang secara kuantitatif lebih besar dibandingkan GoPayLater, namun GoPayLater dinilai lebih relevan dan menarik untuk diteliti dalam konteks kajian perilaku keuangan mikro, khususnya yang berkaitan dengan *financial literacy*, *financial self-efficacy*, *self-control*, dan *risky credit behavior*. GoPay Later merupakan salah satu penyedia layanan BNPL terkemuka,

telah menjadi pilihan yang diminati oleh masyarakat Indonesia dalam memenuhi kebutuhan konsumsi mereka (Gopay, 2025). *GoPay Later* adalah metode pembayaran pascabayar yang diterbitkan oleh PT Multifinance Anak Bangsa yang telah memperoleh izin dan diawasi oleh lembaga Otoritas Jasa Keuangan (Tekopedia, 2025). Layanan teknologi keuangan ini membantu mendorong integrasi keuangan ke dalam ekonomi digital Indonesia. *GoPayLater* terintegrasi dalam ekosistem aplikasi Gojek dan Tokopedia, yang memungkinkan pengguna mengakses layanan BNPL tidak hanya untuk belanja kebutuhan konsumtif, tetapi juga untuk berbagai kebutuhan harian seperti pemesanan transportasi, pembelian makanan, pembayaran tagihan, hingga pembelian tiket KRL yang tidak tersedia pada layanan *ShopsPayLater* (Gopay, 2025). Hal ini menjadikan penggunaan *GoPayLater* lebih fleksibel.

Fenomena penggunaan *GoPay Later* yang semakin menarik perhatian publik, terutama terkait dengan denda keterlambatan yang tinggi, mencerminkan tantangan dalam pengelolaan keuangan di kalangan Generasi Z. Berdasarkan laporan (Kompas.com, 2023) sejumlah pengguna mengeluhkan denda keterlambatan *GoPay Later* yang mencapai Rp50.000 per hari, yang dianggap memberatkan bagi mereka yang telat membayar tagihan. Keluhan ini juga diperkuat oleh laporan (Bisnis.com, 2023) yang mencatat bahwa banyak warganet merasa keberatan dengan ketentuan denda tersebut.

¹³⁶ Berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2023) dan ¹³⁸ Asosiasi Fintech Pendanaan Bersama Indonesia (AFPI), terdapat peningkatan signifikan dalam penggunaan layanan *paylater*, termasuk *GoPayLater*. Namun, laporan tersebut juga menyebutkan bahwa sebagian besar pengguna belum memahami sepenuhnya mengenai mekanisme bunga, denda keterlambatan, dan konsekuensi finansial jangka panjang. Hal ini memunculkan masalah rendahnya *financial literacy* di kalangan pengguna layanan keuangan digital, termasuk pada pengguna *GoPayLater*. *Financial literacy* merupakan pengetahuan finansial merujuk pada kemampuan dalam pengambilan keputusan yang sesuai berdasarkan analisis informasi ekonomi dan keputusan keuangan yang didasari oleh data dan informasi yang relevan (Restike et al., 2024).

¹⁹ Survei yang diselenggarakan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2024 mengungkap bahwa tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia tercatat sebesar 65,43% (Otoritas Jasa Keuangan, 2024). Jika mengacu pada klasifikasi tingkat literasi keuangan menurut Chen dan Volpe (1998), angka tersebut termasuk dalam kategori sedang. Chen and Volpe (1998) mengategorikan *financial literacy* berdasarkan persentase skor literasi sebagai berikut :

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
PERPUSTAKAAN
YOGYAKARTA

Tabel 1.1 Kategori *Financial Literacy*

Skor Literasi Keuangan (%)	Kategori
<60%	Rendah
60%-75%	Sedang
≥ 80%	Tinggi

Sumber : Chen and Vlope (1998)

Tingkat literasi yang tergolong dalam kategori sedang ini perlu menjadi perhatian, khususnya dalam penggunaan layanan keuangan digital seperti *buy now pay later* (BNPL), yang menuntut kemampuan literasi keuangan yang baik agar masyarakat dapat terhindar dari perilaku konsumtif dan risiko kredit yang berlebihan (Nisrina, 2025).

Banyak pengguna BNPL terutama generasi Z merasa yakin mampu membayar tagihan tepat waktu dan mengatur anggaran bulanan, sehingga mereka cenderung menggunakan layanan BNPL secara berulang meskipun disertai risiko bunga dan denda keterlambatan yang tinggi (Sitpu & Fadila, 2024). Keyakinan tersebut mencerminkan dimensi psikologis dalam perilaku keuangan, khususnya *financial self-efficacy*, *Financial Self-efficacy*, atau kepercayaan individu terhadap kemampuannya dalam mengelola keuangan, memiliki peran yang signifikan dalam membentuk perilaku kredit (Surya N, 2023). Individu dengan tingkat *self-efficacy* yang rendah cenderung mengalami kesulitan dalam mengatur pengeluaran dan membuat keputusan keuangan yang tepat, yang dapat berujung pada perilaku kredit berisiko (Dewi I, 2023). *Financial Self-Efficacy* merupakan

salah satu aspek psikologis yang mencakup keyakinan individu dalam mengelola keuangan (Islamiyah & Widodo, 2024). Berdasarkan studi (Dewi I, 2023) ditemukan bahwa beberapa individu dengan tingkat *financial self-efficacy* tinggi justru cenderung terjebak dalam perilaku konsumtif, karena merasa terlalu percaya diri dapat mengelola tagihan dan risiko utang. Fenomena serupa juga ditunjukkan dalam penelitian oleh (Surya N, 2023), yang menyebutkan bahwa kepercayaan diri yang tinggi dalam pengelolaan keuangan tidak selalu berbanding lurus dengan perilaku keuangan yang sehat, terutama ketika individu dihadapkan pada kemudahan akses kredit instan seperti layanan BNPL. Selain itu, studi oleh (Mukharomah, 2023) menyatakan bahwa meskipun literasi dan efikasi keuangan tinggi, faktor emosional dan sosial seperti tekanan gaya hidup dan eksistensi di media sosial turut mendorong pengambilan keputusan keuangan yang berisiko.

Generasi Z cenderung menggunakan layanan GoPayLater untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari yang bersifat sekunder hingga tersier, seperti pembelian paket data, pulsa, produk fashion, makanan siap saji, hingga pembayaran tiket transportasi seperti KRL. (Veronica & Indrawan, 2024). Pola konsumsi ini menunjukkan preferensi terhadap kenyamanan dan kecepatan transaksi digital, namun sekaligus mencerminkan kecenderungan pembelian impulsif yang tidak selalu didasarkan pada urgensi kebutuhan. Apabila tidak disertai dengan kontrol diri (*self-control*) yang memadai, perilaku ini berpotensi menimbulkan risiko kredit akibat akumulasi tagihan yang tidak terkelola dengan baik. *Self-control* adalah

individu yang memiliki kemampuan dalam membuat, mengarahkan dan mengelola perilakunya yang mengacu pada tanggung jawab yang positif untuk menjalani kehidupan selanjutnya dan keadaan lingkungan sekitar (Prawitasari, 2023). Rendahnya *self-control* dapat mendorong perilaku impulsif dalam berbelanja menggunakan fasilitas BNPL, yang berpotensi menimbulkan masalah keuangan di kemudian hari. Menurut (Idris et al., 2021) *self control* dapat diartikan sebagai kemampuan individu untuk peka terhadap situasi dan lingkungan sekitar.

Penelitian terdahulu oleh (Islamiyah & Widodo, 2024) telah mengkaji pada variabel literasi keuangan, *financial self efficacy*, norma sosial dan *risk credit behavior* namun belum mempertimbangkan aspek *psychological* pada *self-control* secara komprehensif. Sementara itu, studi oleh (Annah et al., 2024) fokus pada dampak *self-control* terhadap penggunaan BNPL, tetapi tidak menganalisis peran literasi keuangan dalam konteks tersebut. Terdapat kesenjangan dalam penelitian sebelumnya dimana belum ada studi yang mengintegrasikan ketiga variabel tersebut - *financial literacy*, *financial self-efficacy*, dan *self control* - dalam konteks penggunaan *GoPay Later* di Indonesia.

Penelitian ini dirancang untuk mengatasi kesenjangan tersebut dengan menganalisis secara komprehensif bagaimana ketiga faktor tersebut mempengaruhi perilaku kredit berisiko pada pengguna *GoPay Later*. Pendekatan yang digunakan akan mempertimbangkan karakteristik unik pasar Indonesia dan perilaku konsumen lokal dalam menggunakan layanan

BNPL, khususnya *GoPay Later*. Berdasarkan pemaparan fenomena dan berbagai permasalahan yang telah di kemukakan sebelumnya, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut dalam penelitian yang judul "**Pengaruh *Financial Literacy*, *Financial Self-Efficacy*, Dan *Self-Control* Terhadap *Risky Credit Behavior* Pada Pengguna *GoPay Later* Generasi Z**".

B. Rumusan Masalah

Penggunaan layanan kredit berbasis aplikasi (seperti *Buy Now Pay Later* atau BNPL) telah menjadi bagian penting dalam kebiasaan konsumsi masyarakat Indonesia, terutama di kalangan generasi muda yang melek teknologi, seperti Generasi Z. Salah satu layanan BNPL yang paling populer di Indonesia adalah *GoPay Later*, yang memungkinkan pengunasnya untuk melakukan pembayaran setelah transaksi dilakukan, dengan cicilan yang mudah dan fleksibel (Kredivo, 2024). Meskipun layanan ini memberikan kemudahan dan keuntungan berupa fleksibilitas finansial, penggunaan yang tidak terkendali dapat membawa risiko serius, terutama dalam bentuk penampukan utang konsumtif yang tidak terkelola dengan baik.

Fenomena ini semakin relevan karena banyaknya pengguna *GoPay Later* yang belum sepenuhnya memahami mekanisme keuangan di balik penggunaan layanan tersebut, seperti bunga, denda keterlambatan, dan risiko yang mungkin timbul dalam jangka panjang. Salah satu kelompok pengguna yang paling rentan terhadap masalah ini adalah Generasi Z, yang seringkali lebih mengutamakan kemudahan dan kecepatan

dalam bermasyarakat, tanpa mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang dari keputusan finansial mereka. Keadaan ini berpotensi meningkatkan *risky credit behavior* atau perilaku kredit berisiko, yang mencakup kecenderungan untuk mengambil utang lebih dari yang dapat dibayar, terlambat dalam pembayaran, atau bahkan gagal memenuhi kewajiban finansial.

Dalam konteks ini, terdapat beberapa faktor yang perlu diperbaiki untuk memahami perilaku kredit berisiko pada pengguna GoPay Later, antara lain *financial literacy* (literasi keuangan), *financial self-efficacy* (kepercayaan diri dalam pengelolaan keuangan), dan *self-control* (pengendalian diri). Ketiganya memiliki peran penting dalam mempengaruhi bagaimana individu mengambil keputusan keuangan dan mengelola utang. *Financial literacy* yang rendah dapat mengakibatkan kesalahan dalam pengelolaan keuangan, seperti ketidaktahuan tentang bunga atau denda keterlambatan. Sementara itu, *financial self-efficacy* yang tinggi, meskipun menunjukkan kepercayaan diri dalam mengelola keuangan, bisa mengarah pada pengelolaan utang yang kurang bijak tanpa pemahaman yang cukup tentang risiko. Selain itu, kurangnya *self-control* juga dapat menyebabkan perilaku impulsif dalam penggunaan fasilitas BNPL, yang berpotensi memperburuk kondisi finansial.

Berdasarkan fenomena ini, penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam bagaimana faktor-faktor seperti *financial literacy*, *financial self-efficacy*, dan *self-control* dapat memengaruhi perilaku kredit berisiko

pada pengguna GoPay Later. Penelitian ini sangat penting karena meskipun layanan seperti GoPay Later semakin populer, masih banyak pengguna yang kurang sadar akan potensi risiko keuangan yang dapat ditimbulkan. Oleh karena itu, untuk lebih memahami fenomena tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini perlu dikembangkan sebagai berikut:

1. Apakah *financial literacy* berpengaruh negatif signifikan terhadap *risky credit behavior* pada pengguna *GoPay Later* generasi Z?
2. Apakah *financial self-efficacy* berpengaruh negatif signifikan terhadap *risky credit behavior* pada pengguna *GoPay Later* generasi Z?
3. Apakah *self-control* berpengaruh negatif signifikan terhadap *risky credit behavior* pada pengguna *GoPay Later* generasi Z?

12

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *financial literacy* terhadap *risky credit behavior* pada pengguna *GoPay Later* generasi Z.
2. Untuk mengetahui pengaruh *financial self-efficacy* terhadap *risky credit behavior* pada pengguna *GoPay Later* generasi Z.
3. Untuk mengetahui pengaruh *self-control* terhadap *risky credit behavior* pada pengguna *GoPay Later* generasi Z.

75

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan insight yang lebih komprehensif mengenai interaksi antara faktor kognitif (*financial literacy*) dan psikologis (*self-efficacy* dan *self-control*) dalam membentuk perilaku kredit berisiko.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi ilmiah terkait perilaku konsumen dalam penggunaan layanan BNPL di negara berkembang, khususnya Indonesia pada generasi Z.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat menyediakan landasan untuk penelitian lebih lanjut mengenai berbagai variabel yang dapat mempengaruhi perilaku kredit berisiko.

12

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menyajikan pemahaman bagi penyedia layanan BNPL terutama Gojek sebagai platform transaksi *GoPay Later* untuk merancang program edukasi keuangan yang lebih efektif bagi pengguna khususnya generasi Z.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam pengembangan kurikulum pendidikan keuangan yang relevan dengan era digital.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat memfasilitasi pemahaman bagi pengguna tentang pentingnya *financial literacy*, *financial self efficacy* dan *self control* generasi Z dalam penggunaan BNPL terutama *GoPay Later*.

123

5

121

E. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

Penelitian ini memfokuskan analisa terkait pengaruh *financial literacy*, *financial self-efficacy*, dan *self-control* terhadap *risky credit behavior* pada pengguna *Gopay Later* dari generasi Z di Indonesia. Penelitian ini dilakukan dalam konteks perilaku keuangan generasi muda terutama pada generasi Z (lahir antara tahun 1997-2012) yang semakin terdigitalisasi, khususnya dalam penggunaan layanan kredit berbasis teknologi finansial (*fiwtech*). Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif dengan pendekatan survei yang diukur menggunakan skala Likert terhadap responden yang sesuai dengan kriteria telah ditentukan. Penggunaan sampel *purposive sampling* dipilih dalam penelitian ini dengan kriteria utama:

1. Berusia 18-27 tahun (masuk dalam kategori generasi Z yang sudah memiliki akses terhadap layanan kredit).
2. Pengguna aktif *Gopay Later*, yaitu telah melakukan transaksi minimal dua kali
3. Berdomisili di Indonesia.

Batasan penelitian ini bertujuan untuk memfokuskan pemahaman penelitian agar lebih terarah, beberapa batasan yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Penelitian hanya berfokus pada pengguna *Gopay Later* dan tidak mencakup layanan kredit lain seperti *Akulaku*, *Kredivo*, atau *PayLater* dari platform lain.

2. Responden terbatas pada Generasi Z di Indonesia, sehingga hasil penelitian ini tidak dapat diimplementasikan secara umum pada kelompok usia lain.
3. Pengukuran variabel dilakukan menggunakan kuesioner *self-reported*, sehingga terdapat kemungkinan bias responden dalam menjawab pertanyaan.
4. Penelitian ini tidak menginvestigasi faktor eksternal lain yang mungkin memengaruhi perilaku kredit berisiko, seperti tekanan sosial, kondisi ekonomi makro, atau faktor budaya.

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA

4 BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian *exploratory research*. Pendekatan ini dipilih untuk menguji hipotesis serta mengidentifikasi hubungan kausal antara variabel independen (*financial literacy*, *financial self-efficacy*, dan *self-control*) dengan variabel dependen (*risky credit behavior*) pada pengguna *GoPay Later*. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mengukur dengan skala *likert* 1-5 dan menganalisis pengaruh dari masing-masing variabel secara sistematis.

Penelitian ini menerapkan teknik *purposive sampling* yaitu pemilihan sampel yang berlandaskan pada karakteristik tertentu sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2021). Pendekatan kuantitatif diterapkan dalam penelitian ini karena jenis data yang dikumpulkan bersifat kuantitatif. Data kuantitatif adalah data dalam bentuk numerik dan dapat dianalisis menggunakan metode statistik (Sugiyono, 2021).

Penelitian ini memanfaatkan dua jenis sumber data, yaitu data primer dan data sekunder, guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam terkait faktor-faktor yang memengaruhi perilaku kredit berisiko pada pengguna *GoPay Later* dari kalangan Generasi Z. Pengumpulan data primer dilakukan dengan memperoleh tanggapan langsung dari responden melalui kuesioner online (*online survey*) yang disebarikan kepada pengguna

GoPay Later di seluruh Indonesia. Selain data primer, penelitian ini juga mengumpulkan data sekunder yang berasal dari berbagai sumber terpercaya, seperti laporan dan publikasi dari Bank Indonesia (BI), Otoritas Jasa Keuangan (OJK), serta lembaga riset keuangan, yang membahas tren penggunaan layanan DNPL (*Buy Now, Pay Later*), tingkat literasi keuangan, serta risiko kredit digital. Selain itu, penelitian ini juga merujuk pada jurnal akademik, artikel ilmiah, dan studi terdahulu untuk memperkuat landasan teori dan mendukung pembahasan hasil penelitian. Berbagai berita ekonomi dan laporan industri yang memuat informasi mengenai pola konsumsi dan perilaku kredit generasi Z di Indonesia juga digunakan untuk memberikan wawasan yang lebih luas terhadap fenomena yang diteliti.

Unit analisis dalam penelitian ini yakni individu yang pernah menggunakan atau sedang menggunakan *GoPay Later* dimana peneliti ingin menguji pengaruh *financial literacy*, *financial self-efficacy*, dan *self-control* terhadap *risky credit behavior* pada pengguna *GoPay Later* generasi Z yang dilakukan di Indonesia.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di seluruh Indonesia menggunakan dimensi waktu *cross-sectional*. Hal ini dikarenakan *cross-sectional* memungkinkan pengumpulan data dalam satu titik waktu tanpa observasi berulang, sehingga lebih efisien dari segi waktu dan penggunaan sumber daya. Proses pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner

kepada responden. Penyebaran kuisioner ini akan di mulai sekitar bulan April sampai Mei 2025. Pemilihan waktu ini bertujuan untuk mengoptimalkan pengumpulan data dari Generasi Z pengguna GoPay Later, mengingat pada periode tersebut aktivitas akademik dan sosial responden cenderung stabil. Selain itu, bulan April sampai Mei dipilih untuk menghindari bias musiman yang dapat terjadi pada masa libur panjang, sehingga diharapkan data yang diperoleh dapat merepresentasikan perilaku keuangan sehari-hari secara lebih akurat.

76

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Tabel 3. 1 Definisi Operasional

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala Pengukuran
<i>Financial Literacy</i>	Knowledge	FLK1: Saya memiliki keyakinan dalam mengelola keuangan pribadi secara efektif	Likert 1-5
<i>Financial Literacy</i> adalah kemampuan dan pengetahuan yang memungkinkan individu untuk membuat keputusan yang tepat dan efektif terhadap		FLK2: Saya mampu memahami dan menghitung bunga dan biaya transaksi	
		FLK3: Saya dapat menentukan target keuangan jangka pendek dan jangka	

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala Pengukuran
keuangan individu (Liu & Zhang, 2021)		panjang serta mengambil langkah-langkah yang tepat untuk mencapainya.	
	Aplicative	FLA1: Saya memiliki pemahaman dan keterampilan dalam menggunakan instrumen keuangan seperti tabungret, deposito, saham, dan obligasi. FLA2: Ketika saya mengajukan pinjaman, hal pertama yang saya pertimbangkan adalah kemampuan untuk mengembalikannya tepat waktu.	
<i>Financial Self Efficacy</i>	Mengutawi	SEMF: Saya merasa yakin dalam merencanakan dan mengelola keuangan saya.	Likert 1-5

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala Pengukuran
kepercayaan diri kegiatan akan kemampuan keuangan dalam mencapai tujuan keuangan (Liu & Zheng, 2021)	Strongly	SES0: Saya memiliki keyakinan dalam merencanakan dan menilai pencapaian tujuan keuangan jangka panjang saya.	
		SES1: Saya memiliki keyakinan untuk 18 berpegang pada rencana pengeluaran saya meskipun terjadi pengeluaran yang tidak terduga.	
		SES2: Saya merasa mampu menangani permasalahan keuangan yang rumit dengan percaya diri.	
	Gesawat	SES3: Saya memiliki kepercayaan diri dalam memanfaatkan teknologi keuangan seperti aplikasi atau perangkat lunak untuk mengelola keuangan.	

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala Pengukuran
		SCG: Saya yakin dapat mengatasi hambatan finansial dan menormakan keprihatinan keuangan yang tepat.	
<p><i>Self Control</i></p> <p>Self Control adalah kemampuan individu dalam melakukan pengendalian diri menuju hal yang lebih positif ketika menghadapi dorongan negatif (Tangney J, 2004)</p>	<p><i>Self-discipline</i></p>	SCS1: Saya selalu membuat anggaran keuangan bulanan dan mengikutinya	<p>Likert 1-5</p>
		SCS2: Saya jarang menggunakan GoPay/Later tanpa memperincikan kemampuan membayar di bulan berikutnya.	
		SCS3: Saya lebih memilih menabung daripada menghabiskan uang untuk pembelian impulsif.	
	<p><i>Deprivedness</i></p> <p><i>Deprivedness</i> adalah</p>	SCD1: Saya selalu berpikir dua kali sebelum menggunakan fitur kredit seperti GoPay/Later	

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala Pengukuran
		SCD2: Saya tidak mudah tergoda untuk membeli sesuatu hanya karena diskon atau promosi.	
		SCD3: Saya menunda-beberapa hari sebelum membeli barang yang bukan kebutuhan utama.	
	Hesitas Habitu	SC41: Saya memiliki kebiasaan menabung secara rutin dan pendapatan saya.	
		SC42: Saya mengalokasikan sebagian pendapatan saya untuk dana darurat.	
		SH3: Saya lebih memilih berinvestasi daripada menggunakan layanan kredit jangka pendek.	
Etika Etik	SCW1: Saya selalu berusaha meningkatkan pendapatan saya agar		

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala Pengukuran
		tidak terlalu bergantung pada kredit	
		SCW2: Saya mendorong anak untuk mengatur keuangan dengan baik demi memastikan kestabilan finansial di masa depan.	
		SCW3: Saya selalu berusaha membayar tagihan (Grafis) Laster tepat waktu untuk menghindari denda atau bunga.	
	Resilient	SCR1: Saya memiliki kebiasaan menabung secara rutin dan pendapatan saya.	
		SCR2: Saya mengalokasikan sebagian pendapatan saya untuk dana darurat	Likert 1-5
		SCR3: Saya lebih memilih berinvestasi daripada menggunakan	

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala Pengukuran
		layanan kredit jangka pendek	
<i>Risk Credit Behavior</i>		RPB1: Saya menggunakan GoPay Later, harga bukan merupakan pertimbangan utama saya.	Likert 1-5
<i>Risk Credit Behavior</i> adalah akumulasi jumlah hutang yang besar dengan bunga yang tinggi sehingga menyebabkan beban utang tidak dapat di kelola (Lin & Zhang, 2021)	<i>Risky Proving Behavior</i>	RPB2: Saya selalu membayar tagihan GoPay Later sesuai dengan jadwal yang ditentukan. RPB3: Saya selalu memiliki dana yang cukup untuk melunas tagihan GoPay Later saya.	Likert 1-5
	<i>Risky Borrowing Behavior</i>	RBB1: Saya menggunakan GoPay Later saat diperlukan untuk membeli barang yang bukan merupakan kebutuhan utama.	

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala Pengukuran
		RBB2: Saya cenderung meningkatkan jumlah pembelian, terutama untuk barang non-prioritas, ketika menggunakan GoPay Later.	

D. ³Populasi dan Sampel

Menurut (Sugiyono, 2021), Populasi merupakan cakupan generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki karakteristik dan atribut tertentu, sebagaimana ditetapkan oleh peneliti untuk dianalisis dan dijadikan dasar penarikan kesimpulan. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah individu dari generasi Z yang merupakan pengguna aktif layanan *GoPay Later* di Indonesia. Generasi Z dalam penelitian ini didefinisikan sebagai individu yang lahir dalam rentang tahun 1997 hingga 2012 sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sitepu & Fadila, 2024). Populasi ini dipilih karena generasi Z merupakan kelompok yang sangat familiar dengan layanan keuangan digital dan cenderung menggunakan sistem pembayaran *Buy Now, Pay Later* (BNPL) sebagai alternatif kredit konvensional.

Menurut (Sugiyono, 2021), sampel adalah sebagian total populasi dengan karakteristik tertentu. Penggunaan metode *purposive sampling*

sebagai metode pengambilan sampel merupakan teknik pengambilan sampel *non-probabilitas* yang didasarkan kriteria sesuai dengan tujuan penelitian. Teknik ini dipilih karena penelitian ini memerlukan responden dengan karakteristik khusus, yaitu pengguna aktif *Gopay Later* dalam rentang usia generasi Z. Sampel pada penelitian ini adalah pengguna aktif layanan *Gopay Later* di Indonesia dengan karakteristik utama sebagai berikut:

1. Berusia 18-27 tahun (masuk dalam kategori generasi Z yang sudah memiliki akses terhadap layanan kredit).
2. Pengguna aktif *Gopay Later* yang telah melakukan transaksi minimal dua kali (dianggap sebagai titik tengah yang proporsional antara kualitas data dan ketersediaan sampel).
3. Berdomisili di Indonesia.

Pengumpulan data dilakukan melalui survei daring (*online survey*) menggunakan *Google Form*. Penyebaran kuisioner akan menggunakan platform media sosial seperti Instagram, Twitter, Telegram dan komunitas finansial digital di Indonesia untuk menjangkau target responden yang relevan.

Ukuran sampel pada penelitian ini yang tidak diketahui populasinya maka, peneliti menggunakan rumus (Malhotra, 1993) yaitu dengan mengalikan 5 dan jumlah item pernyataan. Pada penelitian ini terdapat 31 item, sehingga jumlah minimal sampel yang diperlukan adalah 155 (5 x 31 item) responden untuk memastikan validitas dan reliabilitas data. Namun,

untuk mengantisipasi kemungkinan data yang tidak valid atau tidak lengkap, penelitian ini menetapkan jumlah sampel 200 - 300 responden sebagai target untuk meningkatkan representativitas.

Mengacu pada data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2020, distribusi Generasi Z di Indonesia terbagi ke dalam beberapa wilayah, yaitu:

1. Jawa sebesar 56,10%
2. Sumatera sebesar 21,68%
3. Kalimantan sebesar 6,15%
4. Sulawesi sebesar 7,43%
5. Bali dan Nusa Tenggara sebesar 4,25%
6. Maluku dan Papua sebesar 4,39%

Berdasarkan proporsi tersebut, maka pembagian sampel sebesar 300 responden dilakukan sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Pembagian Sampel berdasarkan Proporsi

Wilayah	Hitungan Sampel	Pembulatan
Jawa	$56,10\% \times 300 = 168,3$	168 responden
Sumatera	$21,68\% \times 300 = 65,04$	65 responden
Kalimantan	$6,15\% \times 300 = 18,45$	18 responden
Sulawesi	$7,43\% \times 300 = 22,29$	22 responden
Bali dan Nusa Tenggara	$4,25\% \times 300 = 12,75$	13 responden
Maluku dan Papua	$4,39\% \times 300 = 13,17$	13 responden

Penyebaran kuisioner dilakukan secara daring menggunakan media sosial (seperti Instagram, TikTok, WhatsApp Group) dan melalui komunitas daring yang beranggotakan Generasi Z dari berbagai wilayah di Indonesia. Hal ini dilakukan untuk memastikan keterwakilan responden dari seluruh wilayah, mengingat cakupan geografis Indonesia yang luas.

9 E. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menerapkan teknik *survey* dengan penyebaran kuisioner secara *online* melalui *Google form*. Kuisioner yang disebarkan berisi dua bagian yaitu bagian pertama mengenai identitas responden mencakup nama, jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan dan pekerjaan, serta bagian kedua mengenai variabel penelitian yaitu *financial literacy*, *financial self efficacy*, *self control* dan *risky credit behavior*. Dalam pengukuran bobot pertanyaan pada indikator variabel tersebut, peneliti menggunakan skala *Likert* atau skala lima sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pratama Y, 2024) sebagai jurnal replikasi peneliti. Berikut merupakan skala yang digunakan pada penelitian, yaitu:

- 54 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 3 = Netral
- 4 = Setuju (S)
- 5 = Sangat Setuju (SS)

Dalam memastikan validitas dan reliabilitas, pada penelitian ini dilakukan uji validitas konstruk, uji reliabilitas dengan *Cronbach's Alpha*

sehingga hasil penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman yang akurat mengenai berbagai faktor yang dapat mempengaruhi perilaku kredit berisiko di kalangan generasi Z pengguna *GoPay Later* di Indonesia.

F. Teknik Analisis Data

Model empiris pada penelitian ini menerapkan model SEM. Hal ini karena didalam SEM dapat memeriksa indikator validitas dan reliabilitas serta pengujian model hubungan antar variabel secara bersamaan. Menurut (Hair et al, 2017), *Structural Equation Modeling* (SEM) merupakan teknik analisis multivariat yang mengintegrasikan analisis faktor dan regresi (korelasi) dengan tujuan menguji hubungan antar variabel, sehingga hasil yang diperoleh lebih akurat dan mendekati realitas. Penelitian ini menggunakan SEM-PLS dengan *software Smart PLS* versi 4.0. *Structural Equation Modeling* (SEM) adalah metode penelitian yang berhubungan dengan pengaruh antarvariabel yang memerlukan metode analisis data menggunakan *software Smart PLS* versi 4.0.

Pemilihan metode SEM-PLS didasarkan pada beberapa pertimbangan metodologis dan karakteristik data yang dikumpulkan. SEM-PLS sangat sesuai digunakan pada penelitian dengan jumlah sampel yang relatif sedang, yaitu sekitar 100 hingga 300 responden (Hair et al, 2017). Karena penelitian ini menggunakan 300 responden, maka SEM-PLS menjadi metode yang relevan. Selain itu, model penelitian ini melibatkan konstruk laten yang sebagian besar dikembangkan dari adaptasi instrumen sebelumnya. Mengingat SEM-PLS lebih toleran terhadap model yang baru

dikembangkan dibandingkan SEM berbasis *covariance* seperti AMOS, maka SEM-PLS dipilih untuk mendukung validitas dan reliabilitas instrumen.

17 1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan analisis empiris yang menggunakan uraian informasi yang diperoleh untuk mendeskripsikan gambaran/penjelasan mengenai suatu kejadian (siapa, apa, kapan, di mana, bagaimana, dan berapa banyak) yang dikumpulkan sebagai bagian dari penelitian (Sugiyono, 2021). Pada analisis deskriptif, data umumnya disajikan dalam bentuk tabel sederhana atau tabel frekuensi, serta didukung oleh visualisasi seperti grafik, diagram batang, diagram garis, dan diagram lingkaran, disertai ukuran pemusatan maupun ukuran dispersi data (Sugiyono, 2021). Peneliti mengolah data yang ada dengan cara mengelompokkan ke dalam tabel kemudian diambil rata-rata (*Mean*) dan diberikan keterangannya.

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA

2. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Penelitian ini menerapkan uji validitas konvergen dan diskriminan. Pengukuran validitas konvergen menggunakan *Average Variance Extracted (AVE)*, dimana nilai AVE harus melebihi 0,5 agar dianggap valid (Sugiyono, 2021). Sementara itu, validitas diskriminan diuji melalui *Cross Loading*, dengan nilai *cross loading* yang harus melebihi 0,7 untuk memenuhi kriteria validitas diskriminan (Sugiyono, 2021).

1) Uji *Convergent Validity*

Uji convergent validity merupakan komponen dari *outer model* yang bertujuan untuk menilai validitas dari instrumen penelitian. Menurut (Ghozali, 2023), *Convergent validity* dapat dievaluasi melalui indikator *Outer Loading* dan nilai *Average Variance Extracted (AVE)*. Suatu instrumen dinyatakan memenuhi kriteria validitas konvergen apabila nilai *outer loading* melebihi 0,7 dan nilai AVE berada di atas 0,5.

2) Uji *Discriminant Validity*

Pengujian *discriminant validity* adalah komponen dari *outer model* untuk mengidentifikasi validitas instrumen. Menurut (Ghozali, 2023), *Discriminant validity* dapat dievaluasi melalui nilai *Cross Loading*, di mana suatu penelitian dinyatakan

memenuhi kriteria validitas diskriminan apabila setiap indikator memiliki nilai *cross loading* yang melebihi 0,7.

b. Uji Reliabilitas

Menurut (Ghozali, 2023) Reliabilitas suatu instrumen dapat diukur melalui nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*. Penelitian ini dinyatakan memenuhi kriteria reliabilitas apabila nilai *composite reliability* yang diperoleh melebihi angka 0,7. Jika nilai tersebut telah melampaui ambang batas yang ditentukan, maka dapat diinterpretasikan bahwa seluruh variabel tergolong reliabel dan telah memenuhi syarat kelayakan reliabilitas.

3. Uji Model

Pengujian model dalam penelitian ini bertujuan untuk menilai sejauh mana model yang dikembangkan mampu merepresentasikan hubungan antar variabel laten secara tepat dan akurat. Beberapa indikator utama yang digunakan dalam evaluasi ini yakni *Adjusted R-squared* (R^2) dan *Goodness of Fit* (GoF) (Hair et al, 2017). Nilai R^2 merefleksikan proporsi kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen; semakin tinggi nilai R^2 yang diperoleh, maka semakin baik pula kemampuan model dalam memprediksi hubungan antar variabel. Selain itu, GoF digunakan untuk menilai kesesuaian model dengan data empiris secara keseluruhan. GoF dianggap memiliki kecocokan yang baik jika SRMR < 0,10 dan dikategorikan sebagai *perfect fit* apabila SRMR < 0,08.

4. Uji Hipotesis

⁸ Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menerapkan metode *Structural Equation Modeling – Partial Least Squares (SEM-PLS)*. Uji hipotesis dilakukan dengan melihat nilai *path coefficient* dan *p-values* (Hair et al, 2017). *Path coefficient* menunjukkan arah dan kekuatan hubungan antara variabel dalam model penelitian, di mana semakin tinggi nilainya, semakin kuat pengaruhnya.

Sementara itu, *p-value* digunakan untuk menilai signifikansi hubungan antar variabel. ¹⁴ Jika *p-value* < 0,05, maka hubungan dianggap signifikan, sedangkan jika lebih besar dari 0,05, hubungan tidak signifikan. Analisis ini memastikan bahwa hubungan yang diuji memiliki dasar statistik yang valid.

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA

³ BAB IV

PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Deskripsi Objek Penelitian

Objek penelitian dalam studi ini adalah perilaku finansial Generasi Z pengguna layanan *GoPay Later*, sebuah fitur layanan keuangan berbasis *buy now pay later* (BNPL) yang disediakan oleh PT Multi Anak Bangsa melalui aplikasi Gojek dan Tokopedia. *GoPay Later* memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi terlebih dahulu dan membayarnya di kemudian hari, baik secara bulanan maupun sekali bayar. Fitur ini dirancang untuk memberikan fleksibilitas dan kemudahan dalam bertransaksi digital, terutama di kalangan anak muda yang menjadi pengguna utama aplikasi Gojek dan GoPay.



Gambar 4.1 Logo GoPay Later

Sumber : Website Resmi GoPay

Generasi Z yang dijadikan subjek dalam penelitian ini merupakan individu yang lahir pada rentang tahun 1997 hingga 2012, dengan fokus pada kelompok usia yang aktif secara finansial dan telah memenuhi syarat untuk menggunakan layanan kredit digital. Kelompok usia ini dikenal sebagai *digital native* yang sangat terbiasa dengan teknologi, termasuk dalam mengakses dan menggunakan layanan keuangan berbasis aplikasi. Mereka menjadi segmen yang sangat penting dalam ekosistem digital karena pola konsumsi yang cepat dan responsif terhadap perkembangan teknologi.

Penelitian ini tidak terbatas pada satu wilayah tertentu, karena platform *GoPay Later* digunakan secara luas di seluruh Indonesia. Data diperoleh dari penyebaran kuesioner secara daring melalui media sosial dan forum digital yang banyak diakses oleh Generasi Z, seperti Instagram, Twitter, dan grup WhatsApp. Ini memungkinkan cakupan responden yang lebih luas dan representatif dari populasi pengguna *GoPay Later* secara nasional.

2. Karakteristik Responden

Jumlah responden yang berhasil dikumpulkan dalam penelitian ini sebanyak 340 orang. Data yang diperoleh dari responden kemudian diklasifikasikan dan dianalisis berdasarkan beberapa kategori, antara lain gender, usia, status pekerjaan, tingkat pendidikan, domisili, rata-rata penghasilan bulanan, frekuensi penggunaan *GoPay Later*, serta preferensi penggunaan layanan BNPL. Klasifikasi ini bertujuan untuk memperoleh

pemahaman yang lebih mendalam mengenai profil responden dan konteks perilaku keuangan mereka, sehingga hasil penelitian dapat dianalisis secara lebih komprehensif.

a) Karakteristik Responden Berdasarkan Gender

Hasil pengumpulan data melalui kuisioner menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin menjadi dua kategori yakni laki-laki dan perempuan. Distribusi jumlah responden berdasarkan jenis kelamin ditampilkan pada Tabel 4.1 sebagai berikut:

Tabel 4.1 Gender Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Perempuan	222	65,3%
Laki-laki	118	34,7%
Total	340	100%

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 4.1, diketahui bahwa dari total 340 responden, sebanyak 222 orang (65,3%) merupakan responden perempuan, sedangkan 118 orang (34,7%) merupakan responden laki-laki. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berasal dari kategori jenis kelamin perempuan.

b) Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Responden dalam penelitian ini diklasifikasikan berdasarkan rentang usia, yang terdiri dari tiga kategori, yaitu 18–22 tahun, dan 23–

28 tahun. Distribusi responden berdasarkan usia ditampilkan pada Tabel 4.2 berikut.

Tabel 4. 1 Usia Responden

Usia	Frekuensi	Presentase
18-22 tahun	184	54,1%
23-28 tahun	156	45,9 %
Total	340	100%

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 4.2, diketahui bahwa mayoritas responden berada pada rentang usia 18-22 tahun, yaitu sebanyak 184 orang (54,1%). Selanjutnya, sebanyak 156 responden (45,9%) berada pada rentang usia 23-28 tahun. Hasil ini menunjukkan bahwa distribusi usia yang didominasi oleh kelompok 18-22 tahun mengambarkan bahwa Generasi Z yang berada dalam usia kuliah atau transisi menuju dunia kerja merupakan pengguna utama layanan GoPayLater. Hal ini penting untuk dianalisis lebih lanjut karena pada usia ini, individu cenderung masih membentuk kebiasaan finansial, yang dalam jangka panjang dapat mempengaruhi perilaku ekonomi mereka, termasuk kecenderungan terhadap penggunaan layanan kredit berbasis aplikasi.

c) Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan

Responden dalam penelitian ini dikelompokkan berdasarkan status pekerjaan untuk mengetahui latar belakang profesi yang mendominasi

partisipasi dalam pengisian kuisioner. Distribusi pekerjaan responden disajikan pada Tabel 4.3 sebagai berikut:

Tabel 4. 3 Status Pekerjaan Responden

Usia	Frekuensi	Presentase
Pelajar/Mahasiswa	172	50,6%
Karyawan Swasta	107	31,5%
PNS/TNI/POLRI	24	7,1%
Wirasaha	23	6,8%
Ibu Rumah Tangga	9	2,6%
Lainnya	5	1,4%
Total	340	100%

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 4.3 menunjukkan bahwa sebagian besar responden merupakan pelajar/mahasiswa, yaitu sebanyak 172 orang (50,6%). Responden terbanyak kedua berasal dari kalangan karyawan swasta sebanyak 107 orang (31,5%). Selanjutnya, responden yang bekerja sebagai PNS/TNI/POLRI berjumlah 24 orang (7,1%), wiraswasta sebanyak 23 orang (6,8%), ibu rumah tangga sebanyak 9 orang (2,6%), serta pekerjaan lainnya sebanyak 4 orang (1,4%). Hasil distribusi ini menunjukkan bahwa partisipasi didominasi oleh pelajar dan mahasiswa yang dapat mencerminkan tingkat literasi digital dan minat terhadap topik penelitian, mengingat mereka cenderung lebih aktif menggunakan media sosial dan platform digital, tempat di mana

kuisioner disebarkan. Kelompok ini juga merupakan target utama dari banyak strategi pemasaran digital, termasuk promosi layanan *paylater* yang sering ditawarkan melalui aplikasi *mobile*.

d) **Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

Penelitian ini juga mengategorikan responden sesuai tingkat pendidikan terakhir guna memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai latar belakang pendidikan partisipan. Distribusi responden berdasarkan jenjang pendidikan ditampilkan pada Tabel 4.4 berikut.

Tabel 4. 4 Tingkat Pendidikan Responden

Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Presentase
SMP/Sederajat	7	2,1%
SMA/Sederajat	128	37,6%
Diploma	56	16,5%
Sarjana	139	40,9%
Magister	10	2,9%
Total	340	100%

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan data pada Tabel 4.4, sebagian besar responden memiliki tingkat pendidikan terakhir pada jenjang sarjana (S1), sebanyak 139 orang (40,9%). Disusul oleh responden yang memiliki jenjang pendidikan SMA/ sederajat sebanyak 128 orang (37,6%), dan diploma sebanyak 56 orang (16,5%). Sementara itu, terdapat 10 responden (2,9%) yang memiliki pendidikan terakhir magister (S2),

serta 7 responden (2,1%) yang menamatkan pendidikan pada tingkat SMP/ sederajat. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian didominasi oleh individu dengan tingkat sarjana, yang menunjukkan bahwa sebagian besar partisipan memiliki tingkat pendidikan tinggi.

e) Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

Berdasarkan data yang telah diperoleh melalui penyebaran kuisioner, persebaran domisili responden dapat diuraikan sebagai berikut :

Tabel 4. 5 Domisili Responden

Domisili	Frekuensi	Persentase
Pulau Jawa	188	55,9%
Pulau Sumatera	77	22,7%
Pulau Kalimantan	25	7,4%
Pulau Sulawesi	22	6,5%
Pulau Bali dan Nusa Tenggara	14	4,1%
Pulau Maluku dan Papua	13	3,8%
Total	340	100%

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan data dari tabel 4.5 menunjukkan bahwa responden terbanyak berdomisili di Pulau Jawa, yaitu sebanyak 188 orang (55,9%). Jumlah ini membuktikan bahwa responden dalam penelitian ini sebagian besar berasal dari wilayah Pulau Jawa. Selanjutnya,

sebanyak 77 orang (22,7%) berdomisili di Pulau Sumatera, yang menempati urutan kedua terbanyak. Responden yang berdomisili di Pulau Kalimantan berjumlah 25 orang (7,4%), sedangkan yang tinggal di Pulau Sulawesi tercatat sebanyak 22 orang (6,5%). Responden dari Pulau Bali dan Nusa Tenggara berjumlah 14 orang (4,1%), dan yang berasal dari Pulau Maluku dan Papua hanya sebanyak 13 orang (3,8%). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berasal dari di Pulau Jawa.

f) Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran Dalam Satu Bulan

Dalam penelitian ini, pengeluaran bulanan dipertimbangkan sebagai salah satu elemen yang diamati. Responden diminta untuk mengisi kisaran jumlah pengeluaran yang biasa mereka habiskan dalam satu bulan. Hasil distribusi data tersebut ditampilkan pada Tabel 4.6.

Tabel 4.6 Rata-Rata Pengeluaran dalam satu bulan Responden

Rata-Rata Pengeluaran	Frekuensi	Persentase
< Rp 1.000.000	191	56,2%
Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000	85	25,0%
>Rp 3.000.000	64	18,8%
Total	340	100%

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 4.6, sebanyak 191 responden (56,2%) tercatat memiliki pengeluaran bulanan kurang dari Rp1.000.000. Sebanyak 85

responden (25,0%) berada dalam kategori pengeluaran antara Rp1.000.000 hingga Rp3.000.000. Sementara itu, sebanyak 64 responden (18,8%) melaporkan pengeluaran lebih dari Rp3.000.000 setiap bulan. Hasil ini mencerminkan bahwa sebagian besar responden berada pada kategori pengeluaran bulanan rendah.

g) Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan *GoPayLater*

Bagian ini menyajikan data mengenai frekuensi transaksi responden dalam menggunakan layanan *GoPayLater*. Dari ini dikumpulkan guna mengetahui seberapa sering responden memanfaatkan fitur *GoPayLater* dalam aktivitas transaksi mereka. Informasi ini penting untuk menggambarkan tingkat pemanfaatan layanan serta kecenderungan perilaku keuangan digital di kalangan responden. Adapun hasil persebaran frekuensi transaksi ditunjukkan pada diagram berikut:

Tabel 4. 7 Frekuensi Penggunaan *GoPayLater*

Jumlah Transaksi	Frekuensi	Presentase
2 kali Transaksi	11	3,29%
>3 kali Transaksi	329	96,71%
Total	340	100%

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan data yang tertera pada Tabel 4.6, frekuensi transaksi pengguna dalam menggunakan layanan *GoPayLater* dapat dijelaskan melalui diagram pada Gambar 4.6. Sebagian besar

responden yaitu sebanyak 329 orang (96,8%), melakukan transaksi lebih dari tiga kali menggunakan *GoPayLater*. Sementara itu, hanya 11 orang responden (3,2%) yang tercatat melakukan transaksi sebanyak dua kali. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini termasuk pengguna aktif *GoPayLater* dengan intensitas transaksi yang tinggi.

b) Karakteristik Responden Berdasarkan Preferensi Penggunaan Layanan *GoPayLater*

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner, peneliti menyajikan informasi mengenai tujuan transaksi responden dalam menggunakan layanan *GoPayLater* sebagai berikut:

Tabel 4. 8 Preferensi Penggunaan Layanan *GoPayLater*

Kebutuhan Transaksi	Frekuensi	Persentase
Internet, paket data dan tagihan listrik	167	49,1%
Produk fashion seperti pakaian, sepatu dan aksesoris	68	20,0%
Memenuhi kebutuhan bulanan	45	13,2%
Perjalanan, hiburan atau <i>staycation</i>	33	9,7%
Gadget dan aksesoris elektronik	15	4,4%
Perangkat teknologi terbaru seperti ponsel, laptop dan tablet	10	2,9%
Kebutuhan yang lainnya	2	0,7%
Total	340	100%

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 4.6, mayoritas responden, yaitu sebanyak 167 orang (49,1%), menggunakan *GoPayLater* untuk membeli internet,

paket data, listrik, dan tagihan lainnya. Sebanyak 68 responden (20,8%) menggunakan layanan ini untuk membeli produk *fashion*, seperti pakaian, sepatu, dan aksesoris. Sementara itu, 45 responden (13,2%) menggunakannya untuk memenuhi kebutuhan bulanan. Penggunaan untuk keperluan perjalanan, hiburan, atau *staycation* dilakukan oleh 33 responden (9,7%). Adapun 15 responden (4,4%) menggunakannya untuk membeli gadget dan aksesoris elektronik, dan 10 responden (2,9%) menggunakan untuk membeli perangkat teknologi terbaru seperti ponsel, laptop dan tablet, serta 2 responden (0,7%) menggunakannya untuk kebutuhan lainnya. Dari data yang disajikan dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memanfaatkan layanan *GoPayLater* untuk kebutuhan digital dan pembayaran tagihan rutin.

3. Deskriptif Data Penelitian

Penelitian ini mengadopsi empat variabel utama yang mencakup tiga variabel independen (bebas) dan satu variabel dependen (terikat). Ketiga variabel independen tersebut meliputi *financial literacy* (literasi keuangan), *financial self-efficacy* (efikasi diri dalam keuangan), dan *self-control* (pengendalian diri). Sementara itu, variabel terikat dalam penelitian ini adalah *risky credit behavior* (perilaku kredit berisiko). Seluruh variabel dalam penelitian ini diukur menggunakan pendekatan *first order construct*, yang berarti setiap variabel dibangun secara langsung dari item-item indikator tanpa dimensi antara atau turunan.

Setiap variabel dikonstruksi melalui sejumlah item pernyataan pada kuesioner yang disusun menggunakan skala *Likert* 5 poin, dari "sangat tidak setuju" (1) hingga "sangat setuju" (5). Data yang diperoleh dianalisis secara statistik deskriptif, dengan melihat nilai minimum, maksimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi pada setiap item dari variable yang di teliti.

Analisis statistik deskriptif dilakukan terhadap seluruh item dari keempat variabel, dengan total responden sebanyak 340 orang. Nilai minimum dan maksimum pada seluruh item berkisar antara 1 hingga 5, yang menunjukkan variasi persepsi responden terhadap masing-masing pernyataan. Nilai rata-rata tertinggi ditemukan pada variabel *self-control* dan *financial self-efficacy*, yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa memiliki kontrol diri dan kepercayaan diri yang tinggi dalam mengelola keuangannya. Sebaliknya, nilai rata-rata terendah terdapat pada variabel *risky credit behavior*, yang mengindikasikan rendahnya kecenderungan responden terhadap perilaku kredit yang berisiko.

Standar deviasi atau simpangan baku dalam penelitian ini digunakan untuk menunjukkan tingkat penyebaran atau variasi data dari rata-rata. Semakin kecil standar deviasi, semakin homogen atau konsisten jawaban responden terhadap item yang diberikan. Sebaliknya, semakin besar standar deviasi, semakin heterogen jawaban yang muncul. Dalam penelitian ini, sebagian besar item memiliki standar deviasi di bawah angka 1, yang mengindikasikan bahwa data relatif homogen dan tidak banyak menyimpang dari rata-rata.

98

Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif

No	Item Pernyataan	N	Min	Max	Mean	Standart Deviation
<i>Financial Literacy</i>						
1	FLK1: Saya memiliki keyakinan dalam mengelola keuangan pribadi secara efektif	340	1	5	4,28	0,897
2	FLK2: Saya mampu memahami dan menghitung bunga dan kredit	340	1	5	4,10	0,925
3	FLK3: Saya dapat menentukan target keuangan jangka pendek dan jangka panjang serta mengambil langkah-langkah yang tepat untuk mencapainya	340	1	5	4,23	0,931
4	FLA1: Saya memiliki pemahaman dan keterampilan dalam menggunakan instrumen keuangan seperti tabungan, deposito, saham, dan obligasi	340	1	5	4,04	0,972
5	FLA2: Ketika saya mengajukan pinjaman, hal pertama yang saya pertimbangkan adalah kemampuan untuk mengembalikannya tepat waktu	340	1	5	4,35	0,974
<i>Financial Self Efficacy</i>						
6	SEM1: Saya merasa yakin dalam merencanakan dan mengelola keuangan saya.	340	1	5	4,26	0,871
7	SEM2: Saya memiliki keyakinan dalam menyusun dan menilai pencapaian tujuan keuangan jangka panjang saya	340	1	5	4,25	0,888
8	SES1: Saya memiliki keyakinan untuk tetap berpegang pada rencana pengeluaran saya meskipun terjadi pengeluaran yang tidak terduga	340	1	5	4,28	0,907
9	SES2: Saya merasa mampu menangani permasalahan keuangan yang rumit dengan percaya diri	340	1	5	4,26	0,962
10	SEGr: Saya percaya diri menggunakan aplikasi	340	1	5	4,34	1,024

No	Item Pernyataan	N	Min	Max	Mean	Standart Deviation
	keuangan (DANA, OVO dll) untuk membantu mengatur dan mengelola keuangan saya sehari-hari.					
11	SEG2: Saya yakin dapat mengatasi hambatan finansial dan menentukan keputusan keuangan yang tepat.	340	1	5	4,28	0,981
<i>Self Control</i>						
12	SCS1: Saya selalu membuat anggaran keuangan bulanan dan mengikutinya	340	1	5	4,31	0,815
13	SCS2: Saya mempertimbangkan kemampuan membayar saya ketika akan menggunakan GoPay Later	340	1	5	4,34	0,850
14	SCS3: Saya lebih memilih menabung daripada menghabiskan uang untuk pembelian impulsif	340	1	5	4,28	0,919
15	SCD1: Saya selalu berpikir dua kali sebelum menggunakan fitur kredit seperti GoPay Later	340	1	5	4,33	0,952
16	SCD2: Saya tidak mudah tergoda untuk membeli sesuatu hanya karena diskon atau promosi	340	1	5	4,26	0,964
17	SCD3: Saya menunggu beberapa hari sebelum membeli barang yang bukan kebutuhan utama	340	1	5	4,25	0,959
18	SCH1: Saya memiliki kebiasaan menabung secara rutin dari pendapatan saya	340	1	5	4,25	0,961
19	SCH2: Saya mengalokasikan sebagian pendapatan saya untuk dana darurat	340	1	5	4,24	,982
20	SH3: Saya lebih memilih berinvestasi daripada menggunakan layanan kredit jangka pendek	340	1	5	4,23	0,982
21	SCWT: Saya selalu berusaha meningkatkan pendapatan saya	340	1	5	4,31	0,908

No	Item Pernyataan	N	Min	Max	Mean	Standart Deviation
	agar tidak terlalu bergantung pada kredit					
22	SCW2: Saya terdorong untuk mengatur keuangan dengan baik demi memastikan kestabilan finansial di masa depan.	340	1	5	4,28	0,972
23	SCW3: Saya selalu berusaha membayar tagihan <i>GoPay Later</i> tepat waktu untuk menghindari denda atau bunga.	340	1	5	4,31	1,066
24	SCR1: Saya memiliki kebiasaan menabung secara rutin dari pendapatan saya.	340	1	5	4,20	1,072
25	SCR2: Saya mengalokasikan sebagian pendapatan saya untuk dana darurat	340	1	5	4,23	1,008
26	SR3: Saya lebih memilih berinvestasi daripada menggunakan pinjaman kredit jangka pendek	340	1	5	4,11	1,050
<i>Risky Credit Behavior</i>						
27	RPB1: Saya tidak terlalu mempertimbangkan harga saat menggunakan <i>GoPay Later</i>	340	1	5	1,92	1,212
28	RPB2: Saya sering membayar tagihan <i>GoPay Later</i> melewati tanggal jatuh tempo.	340	1	5	1,68	1,070
29	RPB3: Saya sering tidak memiliki dana yang cukup untuk melunasi tagihan <i>GoPay Later</i> .	340	1	5	1,64	1,025
30	RBB1: Saya menggunakan <i>GoPay Later</i> untuk membeli barang yang sebenarnya bukan kebutuhan penting	340	1	5	1,75	0,955
31	RBB2: Saya cenderung belanja lebih banyak terutama barang non-prioritas, saat menggunakan <i>GoPay Later</i>	340	1	5	1,78	0,985

Sumber : Data diolah, 2025

Statistik deskriptif pada penelitian ini berfungsi untuk mengilustrasikan kecenderungan jawaban responden terhadap setiap item pernyataan dalam kuesioner. Analisis ini mencakup empat parameter penting, yaitu nilai minimum (*Min*), maksimum (*Max*), rata-rata (*Mean*), dan standar deviasi (*Standard Deviation*). Nilai minimum dan maksimum mengindikasikan rentang nilai jawaban responden pada skala Likert 1–5, dengan angka 1 menunjukkan ketidaksepakatan yang sangat rendah (sangat tidak setuju) dan angka 5 menunjukkan tingkat persetujuan yang sangat tinggi (sangat setuju). Sementara itu, nilai mean menunjukkan tingkat kecenderungan umum atau rata-rata jawaban responden terhadap suatu pernyataan, sedangkan standar deviasi menunjukkan tingkat penyebaran atau keragaman jawaban responden dari nilai rata-ratanya. Semakin kecil standar deviasi, maka jawaban responden cenderung homogen. Sebaliknya, standar deviasi yang besar menunjukkan adanya variasi yang lebih luas antar individu.

Pada variabel *Financial Literacy*, seluruh item memiliki rentang nilai minimum 1 dan maksimum 5, dengan nilai rata-rata tertinggi terdapat pada item FLA2 ("Ketika saya mengajukan pinjaman, hal pertama yang saya pertimbangkan adalah kemampuan untuk mengembalikannya tepat waktu") sebesar 4.35 dan yang terendah pada item FLA1 ("Saya memiliki pemahaman dan keterampilan dalam menggunakan instrumen keuangan seperti tabungan, deposito, saham dan obligasi") sebesar 4.04. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden cenderung setuju bahwa mereka mempertimbangkan kemampuan membayar sebelum mengajukan pinjaman, namun relatif lebih

rendah dalam pemahaman instrumen keuangan seperti saham dan obligasi. Standar deviasi pada setiap item berada dalam kisaran 0,897 hingga 0,974. Jika dibandingkan dengan nilai rata-rata yang berkisar antara 4,04 hingga 4,35, maka terlihat bahwa nilai standar deviasi ini masih lebih kecil daripada nilai rata-ratanya. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat penyebaran data responden berada dalam kisaran yang relatif homogen.

Pada variabel *Financial Self-Efficacy*, semua item juga memiliki rentang nilai minimum 1 dan maksimum 5, dengan rata-rata tertinggi pada SEG1 ("Saya percaya diri menggunakan aplikasi keuangan (DANA, OVO, dll)") sebesar 4,34 dan terendah pada SEM2 ("Saya memiliki keyakinan dalam menyusun dan menilai pencapaian tujuan keuangan jangka panjang saya") dengan nilai mean sebesar 4,25. Nilai-nilai ini menunjukkan bahwa responden secara umum memiliki keyakinan diri yang tinggi dalam mengelola keuangan pribadi, khususnya dalam penggunaan teknologi keuangan. Standar deviasi pada variabel ini berada dalam kisaran 0,871 hingga 1,024. Jika dibandingkan dengan nilai rata-rata yang berkisar antara 4,25 hingga 4,34, maka standar deviasi tersebut masih lebih kecil daripada nilai rata-ratanya. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat penyebaran data responden berada dalam kisaran yang relatif homogen.

Untuk variabel *Self-Control*, seluruh item menunjukkan rata-rata yang tinggi, yakni antara 4,11 hingga 4,34 dengan item tertinggi pada SCS2 ("Saya mempertimbangkan kemampuan membayar ketika akan menggunakan Gopay Later") sebesar 4,34, dan yang terendah adalah SR3 ("Saya lebih memilih

berinvestasi daripada menggunakan layanan kredit jangka pendek") sebesar 4,11. Hal ini memandakan bahwa pengendalian diri dalam mengelola keuangan, terutama terkait penggunaan layanan *Copylater*, sudah cukup baik. Namun, ada sedikit penurunan pada preferensi investasi. Rentang standar deviasi pada variabel ini berada antara 0,815 hingga 1,072. Jika dibandingkan dengan nilai rata-rata yang berkisar antara 4,11 hingga 4,34, maka standar deviasi tersebut masih lebih kecil daripada nilai rata-ratanya. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat penyebaran data responden merata.

Sementara itu, variabel *Risky Credit Behavior* memanfaatkan nilai rata-rata yang sangat rendah, berkisar antara 1,64 hingga 1,92, dengan nilai rata-rata tertinggi pada RPB1 ("Saya tidak terlahk memperimbangan harga saat menggunakan *GoPay Later*") sebesar 1,92 dan terendah pada RPB3 ("Saya sering tidak memiliki dana yang cukup untuk melunasi tagihan *GoPayLater*") sebesar 1,64. Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden cenderung tidak melakukan perilaku kredit yang berisiko, atau memiliki sikap yang cukup bertanggung jawab dalam penggunaan *GoPayLater*. Namun demikian, standar deviasi pada seluruh item berada dalam kisaran 0,955 hingga 1,212. Jika dibandingkan dengan nilai rata-rata yang relatif rendah (berkisar antara 1,64 hingga 1,92), maka standar deviasi tersebut tergolong cukup besar. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat penyebaran data responden berada dalam kisaran yang relatif homogen.

84

B. Analisis Data

1. Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen dilakukan untuk memastikan bahwa kuisioner yang digunakan dalam penelitian ini valid dan reliabel, sehingga mampu mengukur konstruk yang diteliti secara akurat dan konsisten. Pengujian ini mencakup uji validitas dan uji reliabilitas.

a. Uji Validitas

1) Validitas Konvergen

Uji validitas konvergen dalam penelitian ini dilakukan menggunakan dua indikator utama, yaitu *Outer Loading* dan *Average Variance Extracted (AVE)*. Berikut disajikan hasil pengujian validitas konvergen untuk masing-masing konstruk:

a) Nilai *outer loading*

Tabel 4. 10 *Outer Loading* Validitas Konvergen

Variabel	Indikator	<i>Outer loading</i>	Keterangan
<i>Financial Literacy</i>	FL1	0.848	Valid
	FL2	0.847	Valid
	FL3	0.892	Valid
	FL4	0.880	Valid
	FL5	0.883	Valid
<i>Financial Self Efficacy</i>	FSE1	0.796	Valid
	FSE2	0.874	Valid
	FSE3	0.884	Valid
	FSE4	0.914	Valid
	FSE5	0.897	Valid
	FSE6	0.902	Valid
<i>Risk Credit Behavior</i>	RC1	0.900	Valid
	RC2	0.916	Valid
	RC3	0.920	Valid

	RC4	0,877	Valid
	SC5	0,856	Valid
	SC1	0,757	Valid
	SC10	0,903	Valid
	SC11	0,921	Valid
	SC12	0,890	Valid
	SC13	0,910	Valid
	SC14	0,906	Valid
	SC15	0,886	Valid
Self Control	SC2	0,834	Valid
	SC3	0,875	Valid
	SC4	0,854	Valid
	SC5	0,866	Valid
	SC6	0,891	Valid
	SC7	0,901	Valid
	SC8	0,869	Valid
	SC9	0,855	Valid

Sumber : Data diolah, 2025

Menurut Hair et al. (2019), sebuah konstruk dinyatakan memenuhi validitas konvergen yang memadai apabila nilai *factor loading* (*outer loading*) $> 0,50$, sedangkan Hamid & Anwar (2019) menekankan bahwa nilai *loading* $> 0,60$ atau $0,70$ lebih disarankan untuk penelitian eksploratori. Berdasarkan hasil uji yang disajikan pada Tabel 4.8, seluruh indikator pada variabel *Financial Literacy*, *Financial Self-Efficacy*, *Self-Control*, dan *Risky Credit Behavior* menunjukkan nilai *outer loading* di atas $0,75$, bahkan sebagian besar berada di atas $0,80$. Dengan demikian, seluruh indikator dalam penelitian ini dapat dikategorikan valid, karena memenuhi kriteria validitas konvergen.

b) Nilai *Average Variance Extracted* (AVE)

Tabel 4. 11 Nilai *Average Variance Extracted* (AVE)

<i>Average variance extracted</i> (AVE)	Keterangan
---	------------

FL	0,758	Valid
FSE	0,776	Valid
RC	0,799	Valid
SC	0,766	Valid

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan hasil analisis uji konvergen yang ditunjukkan pada Tabel 4.9, nilai *Average Variance Extracted (AVE)* untuk masing-masing konstruk, yaitu *financial literacy* (0,758), *financial self efficacy* (0,776), *self control* (0,766) dan *risk credit behavior* (0,799) semuanya memiliki nilai yang lebih besar dari 0,50. Hal ini mengindikasikan bahwa seluruh konstruk yang diuji dalam penelitian ini memenuhi standar validitas konvergen yang disarankan oleh Hair et al. (2019), yang menetapkan bahwa nilai AVE yang lebih besar dari 0,50 menunjukkan validitas konvergen konstruk yang diuji. Dengan demikian, konstruk-construct dalam penelitian ini dapat dinyatakan valid secara konvergen.

2) Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan dalam penelitian ini diuji dengan pendekatan *cross loading*, yaitu dengan membandingkan nilai *loading* indikator terhadap konstraknya sendiri dengan nilai *loading* terhadap konstruk lainnya (Ghozali, 2023). Hasil pengujian validitas konvergen untuk setiap konstruk disajikan pada bagian berikut:

Tabel 4. 12 Nilai *Cross Loading*

	<i>Financial Literacy</i>	<i>Financial Self Efficacy</i>	<i>Risk Credit Behavior</i>	<i>Self Control</i>
FL1	0,848	0,677	-0,512	0,688
FL2	0,847	0,681	-0,512	0,706

FL3	0.892	0.764	-0.624	0.778
FL4	0.880	0.707	-0.555	0.720
FL5	0.883	0.768	-0.612	0.784
FSE1	0.683	0.796	-0.529	0.724
FSE2	0.734	0.874	-0.572	0.805
FSE3	0.759	0.894	-0.619	0.815
FSE4	0.728	0.914	-0.621	0.808
FSE5	0.731	0.897	-0.657	0.837
FSE6	0.746	0.902	-0.639	0.851
RC1	-0.620	-0.675	0.900	-0.698
RC2	-0.666	-0.678	0.916	-0.678
RC3	-0.606	-0.646	0.920	-0.637
RC4	-0.498	-0.532	0.877	-0.543
RC5	-0.508	-0.526	0.856	-0.552
SC1	0.673	0.665	-0.459	0.757
SC10	0.733	0.817	-0.611	0.903
SC11	0.777	0.836	-0.633	0.921
SC12	0.772	0.832	-0.700	0.890
SC13	0.785	0.822	-0.672	0.910
SC14	0.782	0.854	-0.656	0.906
SC15	0.758	0.831	-0.625	0.886
SC2	0.718	0.749	-0.562	0.834
SC3	0.726	0.800	-0.604	0.875
SC4	0.715	0.786	-0.639	0.854
SC5	0.717	0.784	-0.594	0.866
SC6	0.749	0.835	-0.610	0.891
SC7	0.776	0.836	-0.633	0.901
SC8	0.716	0.798	-0.600	0.869
SC9	0.713	0.774	-0.557	0.855

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa nilai *loading* dari masing-masing indikator terhadap konstruksya lebih tinggi dibandingkan dengan nilai *loading* terhadap konstruk lain. Pada indikator FL1 memiliki *loading* tertinggi terhadap konstruk *Financial Literacy* (0.848), dibandingkan dengan konstruk lainnya seperti *Financial Self-Efficacy* (0.677), *Risk Credit Behavior* (-0.512), dan *Self-Control* (0.688). Pola yang sama juga terlihat pada

indikator-indikator lain seperti FSE1–FSE6 yang memiliki *loading* tertinggi pada konstruk *Financial Self-Efficacy*, RC1–RC5 pada konstruk *Risk Credit Behavior*, serta SC1–SC15 pada konstruk *Self-Control*. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator mampu mengukur konstruksinya secara tepat dan tidak memiliki korelasi lebih tinggi terhadap konstruk lain, sehingga validitas diskriminan pada model ini telah terpenuhi (Ghozali, 2023).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas konstruk dilakukan dengan mengacu pada dua indikator utama, yakni *Composite Reliability* (CR) dan *Cronbach's Alpha*. Berdasarkan kriteria yang dikemukakan oleh Hair et al. (2019), konstruk dikatakan reliabel apabila memiliki nilai CR dan *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70. Hasil pengujian yang disajikan pada Tabel 4.11 sebagai berikut :

Tabel 4. 13 *Cronbach's alpha dan Composite reliability*

	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	Keterangan
FL	0,920	0,940	Reliabel
FSE	0,942	0,954	Reliabel
RC	0,937	0,952	Reliabel
SC	0,978	0,980	Reliabel

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan hasil analisis yang disajikan pada Tabel 4.11, nilai *Cronbach's Alpha* untuk konstruk FL (0,920), FSE (0,942), RC (0,937), dan SC (0,978), serta nilai *Composite Reliability* masing-

masing konstruk juga menunjukkan angka yang sangat tinggi, yaitu FL (0,940), FSE (0,954), RC (0,952), dan SC (0,980). Seluruh nilai tersebut berada di atas ambang batas yang ditetapkan yakni >0,70.

Dengan demikian, seluruh konstruk dalam model ini dapat disimpulkan memiliki reliabilitas yang sangat baik, yang berarti bahwa indikator-indikator pada setiap konstruk secara konsisten mampu mengukur variabel laten yang dimaksud.

2. Uji Model

Dua indikator yang digunakan dalam menilai kelayakan model adalah *Goodness of Fit (GoF)* dan *Adjusted R-Square*.

a. *Goodness of Fit (GoF)*

Goodness of Fit (GoF) digunakan untuk menilai kesesuaian model dengan data empiris secara keseluruhan. Dalam pendekatan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, salah satu indikator GoF yang umum digunakan adalah *Standardized Root Mean Square Residual (SRMR)*. Menurut Hair et al. (2019), model dianggap memiliki kecocokan yang baik apabila nilai SRMR < 0,10 dan dikategorikan sebagai *perfect fit* apabila nilai SRMR < 0,08. Oleh karena itu, semakin rendah nilai SRMR, maka semakin baik model dalam merepresentasikan data empiris.

Tabel 4. 14 *Standardized Root Mean Square Residual (SRMR)*

	<i>Saturated model</i>	<i>Estimated model</i>
SRMR	0,044	0,044

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada tabel di atas, nilai SRMR sebesar 0,0444 yang berada di bawah ambang batas 0,10. Dengan demikian, model dalam penelitian ini dapat dikatakan memiliki tingkat kecocokan yang baik dengan data empiris, dan layak digunakan untuk pengujian lebih lanjut.

b. *Adjusted R-square*

Adjusted R-Square digunakan untuk mengukur seberapa besar variasi dari variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model. Semakin tinggi nilainya, semakin besar proporsi variasi variabel dependen yang berhasil dijelaskan oleh model. Sebagai acuan umum, nilai di atas 0,50 menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediktif yang kuat (Hair et al. 2019).

Tabel 4.15 *Adjusted R-Square*

	<i>R-square</i>	<i>R-square adjusted</i>
RC	0,514	0,509

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel di atas, nilai *Adjusted R-Square* untuk variabel *Risky Credit Behavior* adalah sebesar 0,509. Artinya, sekitar 50,9% variasi perilaku kredit berisiko dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model, yaitu *Financial Literacy*, *Financial Self-Efficacy*, dan *Self-Control*. Adapun berdasarkan kategorisasi menurut Ghazali (2018), nilai *Adjusted R-Square* sebesar 0,509 berada pada kategori "kuat" (kuat

jika lebih dari 0,50), sehingga model ini memiliki kemampuan prediktif yang baik untuk menjelaskan perilaku kredit berisiko. Dengan demikian, model ini memiliki kekuatan prediktif yang cukup baik dan dapat digunakan untuk pengujian hipotesis secara lebih lanjut.

C. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *Structural Equation Modeling – Partial Least Squares (SEM-PLS)*. Evaluasi hipotesis mengacu pada nilai *path coefficient* dan *p-value* (Hair et al., 2017). Hubungan antar variabel dianggap signifikan secara statistik apabila *p-value* < 0,05. Nilai *path coefficient* menunjukkan arah dan kekuatan pengaruh, di mana tanda negative/positif mengindikasikan hubungan yang berlawanan arah (Ghozali, 2023). Selain itu, hasil pengujian hipotesis dikategorikan sebagai diterima (*p-value* < 0,05), diterima secara marginal (*p-value* tepat di 0,05), dan ditolak (*p-value* > 0,05) (Hair et al., 2017).

Tabel 4. 16 *Path Coefficient*

	<i>Original sample</i>	<i>Standard deviation</i>	<i>T statistics</i>	<i>P values</i>	<i>Ket</i>
<i>Financial Literacy -> Risk Credit Behavior</i>	-0,170	0,103	1,646	0,050	Diterima Secara Marginal
<i>Financial Self Efficacy -> Risk Credit Behavior</i>	-0,241	0,116	2,085	0,019	Diterima
<i>Self Control -> Risk Credit Behavior</i>	-0,337	0,137	2,464	0,007	Diterima

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.13, seluruh variabel independen memiliki pengaruh negatif terhadap *Risky Credit Behavior*, yang berarti semakin tinggi nilai dan masing-masing variabel, maka semakin rendah kecenderungan perilaku kredit berisiko pada responden. Dari hasil uji tersebut, maka dapat di simpulkan bahwa:

1. Hipotesis 1 (H1) diterima secara marginal. Hal ini didasarkan pada nilai *p-value* sebesar 0,050, yang berada tepat pada batas signifikansi ($\alpha = 0,05$) (Hair et al, 2017). Status signifikansi marginal menunjukkan bahwa nilai *p-value* berada tepat pada ambang batas, sehingga kekuatan bukti statistik yang diperoleh masih terbatas dan memerlukan kehati-hatian dalam interpretasi hasil. Oleh karena itu, hasil yang diperoleh secara marginal sebaiknya dikonfirmasi melalui penelitian lanjutan untuk memperkuat validitas temuan (Hair et al, 2017):

Selain itu, nilai *original sample* menunjukkan angka negatif sebesar -0,170, sehingga *Financial Literacy* berpengaruh negatif terhadap *Risky Credit Behavior*. Artinya, semakin tinggi tingkat literasi keuangan responden, maka semakin rendah kecenderungan mereka untuk melakukan perilaku kredit yang berisiko. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa *Financial Literacy* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Risky Credit Behavior* dapat diterima secara marginal.

2. Hipotesis 2 (H2) diterima. Hal ini didasarkan pada nilai *p-value* sebesar 0,019 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 (Hair et al, 2017).

Selain itu, nilai *original sample* sebesar -0,241 menunjukkan arah hubungan yang negatif. Artinya, semakin tinggi tingkat keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam mengatur dan mengelola keuangan (*Financial Self-Efficacy*), maka semakin rendah kecenderungan mereka untuk melakukan perilaku kredit yang berisiko. Dengan demikian, *Financial Self-Efficacy* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Risky Credit Behavior*.

3. Hipotesis 3 (H3) diterima. Hal ini didasarkan pada nilai *p-value* sebesar 0,007 yang jauh di bawah tingkat signifikansi 0,05 (Hair et al., 2017). Selain itu, nilai *original sample* sebesar -0,337 mengindikasikan arah hubungan negatif. Dengan kata lain, semakin tinggi kemampuan individu dalam mengendalikan diri (*Self-Control*), maka semakin rendah kecenderungan mereka untuk melakukan perilaku kredit yang berisiko. Oleh karena itu, *Self-Control* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Risky Credit Behavior*.

D. Pembahasan

1. Pengaruh *Financial Literacy* terhadap *Risky Credit Behavior*

Hasil pengujian terhadap hipotesis pertama menunjukkan bahwa *Financial Literacy* berpengaruh negatif terhadap *Risky Credit Behavior*, dengan nilai *path coefficient* sebesar -0,170 dan *p-value* sebesar 0,050. Artinya, semakin tinggi literasi keuangan yang dimiliki oleh individu, maka semakin rendah kecenderungannya untuk terlibat dalam perilaku kredit yang berisiko. Hasil ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang

mengemukakan literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku risiko finansial (Liu & Zhang, 2021; Pratama Y, 2024; Veronica & Indrawan, 2024). Penelitian-penelitian tersebut menyatakan bahwa peningkatan literasi keuangan berkontribusi pada pengambilan keputusan keuangan yang lebih rasional dan pengurangan perilaku kredit berisiko pada berbagai kelompok masyarakat. Temuan ini juga memperkuat konstruk *attitude* dalam *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), yang menyatakan bahwa sikap seseorang terhadap suatu tindakan dipengaruhi oleh pemahaman dan pengetahuan yang dimilikinya. Semakin baik pemahaman individu mengenai risiko finansial, semakin besar kemungkinan mereka untuk menghindari perilaku konsumtif yang merugikan.

Secara teoritis, hasil ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh (Davolo et al., 2025) yang menekankan bahwa individu dengan literasi keuangan tinggi lebih mampu menghindari jebakan kredit jangka pendek dan mengambil keputusan keuangan secara rasional. Temuan serupa juga dilemukakan oleh (Elsalonika & Ida, 2025), yang menyatakan bahwa mahasiswa yang memiliki pengetahuan keuangan yang baik menunjukkan kecenderungan lebih rendah dalam menggunakan produk kredit digital secara impulsif. Mariyani & Risma, (2025) menemukan bahwa tingkat pemahaman terhadap konsep dasar keuangan seperti perencanaan anggaran, risiko utang, dan manfaat produk tabungan sangat berpengaruh

terhadap preferensi penggunaan fasilitas *paylater* di kalangan *digital native* di Indonesia.

¹²² Dalam penelitian ini, hasil statistik deskriptif menunjukkan bahwa variabel *Financial Literacy* memiliki nilai rata-rata antar butir penilaian antara 4,04 hingga 4,35 dengan standar deviasi berkisar antara 0,897 hingga 0,974. Nilai-nilai tersebut ²⁸ mengindikasikan bahwa mayoritas responden yang merupakan bagian dari Generasi Z dengan latar belakang pendidikan S1, memiliki pemahaman yang baik tentang literasi keuangan. Namun demikian, terdapat satu butir penilaian dengan nilai rata-rata paling rendah, yaitu pada pernyataan "Saya memiliki pemahaman dan keterampilan dalam menggunakan instrumen keuangan seperti tabungan, deposito, saham, dan obligasi" (kode item FLA1) dengan nilai mean sebesar 4,04.

Temuan ini menggambarkan bahwa literasi keuangan responden sudah berada pada tingkat yang memadai, tetapi perhatian khusus perlu diberikan pada penguatan pengetahuan tentang instrumen investasi, yang merupakan komponen penting dalam perencanaan keuangan jangka panjang. Literasi keuangan yang baik terbukti berkorelasi positif dengan kemampuan individu dalam melakukan perencanaan keuangan yang efektif, termasuk pengalokasian anggaran, pengelolaan tabungan, hingga pengambilan keputusan investasi yang bijak (Kotak, 2025). Oleh karena itu, peningkatan pemahaman terhadap instrumen keuangan tidak hanya memperkuat literasi secara umum, tetapi juga secara signifikan dapat meningkatkan kualitas perencanaan keuangan dan kesiapan menghadapi

kebutuhan finansial di masa depan di kalangan Generasi Z (Thakur & Jani, 2024).

Beberapa studi sebelumnya bahwa pemahaman yang mendalam tentang instrumen keuangan dapat meningkatkan kesiapan generasi muda dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi dan mengurangi kecenderungan pengambilan risiko yang tidak terukur. Dengan demikian, peningkatan literasi keuangan, terutama pada aspek investasi dan pengelolaan risiko, menjadi krusial untuk mendukung perencanaan keuangan yang berkelanjutan dan kesehatan finansial jangka panjang di kalangan Generasi Z pengguna layanan *paylater* (Novia et al., 2023; Widhiastuti & Novinda, 2024). Selain itu, menurut (Simarmata et al., 2024), meskipun Generasi Z cakap digital dan terbiasa menggunakan teknologi finansial (*fintech*), mereka cenderung lebih fokus pada fungsi transaksional seperti dompet digital, bukan pada produk keuangan strategis jangka panjang.

Kondisi ini menjelaskan alasan responden dalam penelitian ini tetap memanfaatkan layanan GoPay Later meskipun tujuannya transaksi bulanan seperti pembelian internet, paket data, tagihan listrik dan produk fashion sebanyak 69,1%. Mayoritas responden juga tercatat melakukan pengeluaran bulanan dengan nominal di bawah Rp1.000.000 serta memiliki frekuensi transaksi lebih dari tiga kali dalam satu bulan. Penggunaan layanan *paylater* dengan nominal kecil namun frekuensi transaksi tinggi menunjukkan adanya kecenderungan perilaku konsumtif yang tidak

sepenuhnya disadari sebagai bentuk perilaku kredit bersiko. Sejalan dengan penelitian oleh Liu dan Zhang (2021), rendahnya keterlibatan kaum muda dalam produk keuangan jangka panjang seringkali dikaitkan dengan keputusan keuangan yang lebih impulsif dan berorientasi jangka pendek.

Dengan demikian, temuan ini menggarisbawahi pentingnya penguatan edukasi keuangan, khususnya pada aspek literasi lanjutan yang berkaitan dengan perencanaan keuangan. Oleh karena itu, disarankan agar penyedia layanan *paylater*, seperti GoPay Later, mengembangkan fitur edukatif berbasis aplikasi yang mencakup modul pembelajaran interaktif terkait perencanaan keuangan. Wardani et al., (2025) menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan dalam mengurangi perilaku konsumtif dan meningkatkan kemampuan pengambilan keputusan keuangan yang sehat. Hal ini sejalan dengan penelitian (Maulida et al., 2023) yang menyatakan bahwa tingginya literasi keuangan berkontribusi signifikan dalam mengurangi perilaku konsumtif yang timbul akibat penggunaan layanan *paylater*. Selain itu, (Octavianus et al., 2022) menekankan pentingnya modul edukasi yang mengintegrasikan pemahaman risiko dan perencanaan keuangan dalam meningkatkan kesadaran pengguna *paylater*.

Sebagai upaya penguatan literasi keuangan dan pengelolaan risiko dalam pemanfaatan layanan *paylater*, disarankan agar penyedia layanan seperti GoPay Later mengembangkan fitur edukatif berbasis aplikasi yang meliputi modul pembelajaran interaktif mengenai perencanaan keuangan

62
dan pengelolaan risiko kredit digital. Hal ini sejalan dengan temuan (Syiam et al., 2025) yang menunjukkan bahwa penerapan program edukasi melalui seminar dan modul pembelajaran interaktif di kalangan anak muda berhasil meningkatkan pemahaman mengenai manajemen keuangan serta risiko yang berkaitan dengan penggunaan *paylater* dan pinjaman online. Intervensi edukatif tersebut dapat mendorong pengguna untuk mengambil keputusan keuangan yang lebih bijaksana dan bertanggung jawab, sehingga mengurangi kemungkinan perilaku konsumtif impulsif. Oleh karena itu, integrasi modul edukasi interaktif dalam aplikasi *fintech* menjadi strategi efektif yang perlu diimplementasikan guna memfasilitasi peningkatan literasi keuangan secara berkelanjutan di kalangan Generasi Z sebagai pengguna utama layanan *paylater*.

Saran ini juga selaras dengan arahan OJK (2021) mengenai pentingnya literasi berbasis digital untuk generasi muda, serta penelitian OECD (2020) yang menunjukkan bahwa peningkatan pemahaman melalui media digital berdampak signifikan pada perilaku keuangan. Studi oleh (Leonita & Wulandari, 2024) mendukung pendekatan ini, yang menegaskan bahwa edukasi digital dapat meningkatkan literasi keuangan sekaligus mengurangi potensi perilaku kredit berisiko pada kalangan muda. Dengan demikian, pengembangan modul edukasi interaktif di aplikasi *paylater* diharapkan mampu meningkatkan kualitas pengambilan keputusan keuangan pengguna serta meminimalkan dampak negatif akibat

perilaku konsumtif jangka pendek (Leonita & Wulandari, 2024; Maulida et al., 2023; Octaviana et al., 2022).

2. Pengaruh *Financial Self-Efficacy* terhadap *Risky Credit Behavior*

Hasil pengujian terhadap hipotesis kedua menunjukkan bahwa *Financial Self-Efficacy* berpengaruh negatif terhadap *Risky Credit Behavior*, dengan nilai *p-value* sebesar 0,019. Artinya, semakin tinggi keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam mengelola kondisi keuangan, maka semakin rendah kecenderungannya untuk terlibat dalam perilaku kredit yang berisiko. Hasil ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang menemukan bahwa *financial self-efficacy* berkontribusi negatif terhadap perilaku penggunaan kredit digital yang impulsif (Veronica & Indrawan, 2024; Kumiasari & Ahubakar, 2023; Obenra et al., 2024). Penelitian-penelitian tersebut menyatakan bahwa individu yang memiliki rasa percaya diri dalam mengelola keuangan cenderung lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan utang dan memiliki kecenderungan untuk menolak godaan penggunaan fasilitas *paylater* jika tidak benar-benar dibutuhkan. Temuan ini juga memperkuat konstruk *perceived behavioral control* dalam *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), yang menjelaskan bahwa persepsi seseorang terhadap kontrol atas tindakannya memengaruhi niat dan perilaku aktualnya. Dalam konteks ini, *financial self-efficacy* mencerminkan kontrol internal yang mendorong individu untuk membuat keputusan keuangan secara lebih sadar dan

bertanggung jawab, termasuk menahan diri dari penggunaan layanan kredit berisiko tinggi seperti GoPay Later tanpa perencanaan.

Secara teoritis, individu dengan tingkat *self-efficacy* tinggi diyakini memiliki kemampuan yang lebih baik dalam menghindari keputusan keuangan yang buruk, seperti penggunaan layanan kredit digital secara impulsif. Hal ini didukung oleh (Veronica & Indrawan, 2024) yang menemukan bahwa *financial self-efficacy* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap intensi penggunaan kredit digital berisiko, khususnya di kalangan mahasiswa. Selain itu, Kurniasari & Abubakar, (2023) menunjukkan bahwa kepercayaan diri dalam pengelolaan keuangan berdampak pada kemampuan menolak perilaku konsumtif, bahkan saat individu dihadapkan pada kemudahan akses kredit. Temuan serupa juga diungkap oleh Obenza et al., (2024) yang menekankan bahwa mahasiswa yang memiliki keyakinan dalam mengelola keuangan pribadi cenderung tidak mudah tergoda oleh kemudahan layanan *paylater* yang menawarkan pembayaran fleksibel namun berisiko.

Berdasarkan hasil deskriptif, variabel *Financial Self-Efficacy* dalam penelitian ini memiliki nilai rata-rata ante butir penilaian berkisar antara 4,25 hingga 4,34, dengan standar deviasi antara 0,871 hingga 1,024. Namun, butir penilaian dengan nilai rata-rata terendah adalah SEM2, yaitu pernyataan "Saya memiliki keyakinan dalam menyusun dan menilai pencapaian tujuan keuangan jangka panjang saya", dengan rata-rata sebesar 4,25. Kondisi ini menunjukkan bahwa mayoritas generasi Z memiliki

kepercayaan diri yang cukup kuat dalam pengelolaan keuangan sehari-hari, termasuk dalam merencanakan dan mengendalikan keuangan mereka. Namun, tingkat kepercayaan diri yang tinggi dalam konteks finansial berpotensi menimbulkan fenomena *overconfidence*, dimana individu menjadi terlalu yakin terhadap kemampuan finansialnya sehingga dapat mengabaikan risiko-risiko yang ada. Menurut Isamiyah & Widodo, (2024), kepercayaan diri dalam pengambilan keputusan keuangan tidak selalu berbanding lurus dengan pemahaman terhadap aspek-aspek keuangan kompleks, terutama dalam konteks investasi jangka panjang dan manajemen risiko.

Fenomena *overconfidence* ini sangat relevan bagi generasi Z yang cenderung berorientasi jangka pendek dan mudah terpengaruh oleh impuls konsumtif, seperti yang diungkapkan dalam penelitian oleh (Liu & Zhang, 2021). Kepercayaan diri yang tidak proporsional dapat memicu perilaku pengambilan kredit yang kurang hati-hati, sehingga meningkatkan risiko akumulasi utang yang tidak terkendali dan potensi gagal (Yanti & Endri, 2024). Dengan demikian, meskipun *Financial Self-Efficacy* generasi Z tergolong tinggi, kecenderungan *overconfidence* perlu menjadi perhatian khusus dalam upaya mitigasi risiko kredit bersiklo. Hal ini sejalan dengan kecenderungan dalam penelitian ini, di mana mayoritas responden yang merupakan perempuan, berpendidikan S1, dan pengguna aktif GoPay Later dengan frekuensi lebih dari tiga kali namun minimal di bawah satu juta rupiah telah menjadikan layanan kredit digital sebagai bagian dari rutinitas

keuangan harian. Meskipun nominal transaksinya relatif kecil, frekuensinya yang tinggi dapat mengindikasikan potensi ketergantungan terhadap kredit jangka pendek, terutama jika tidak disertai dengan perencanaan dan kontrol keuangan yang memadai.

Kondisi ini semakin diperkuat oleh tingginya tingkat *Financial Self-Efficacy* di kalangan generasi Z, yang meskipun menunjukkan kepercayaan diri yang tinggi dalam mengelola keuangan, berpotensi mengalami *overconfidence*. Situasi *overconfidence* ini dikhawatirkan dapat memicu pengambilan keputusan keuangan yang kurang hati-hati, sehingga meningkatkan risiko perilaku kredit berisiko dan akumulasi utang yang sulit dikendalikan tanpa edukasi dan kontrol keuangan yang memadai (Yanti & Endri, 2024). Selaras dengan temuan Putri dan Nugroho (2022) yang menyebutkan bahwa Generasi Z cenderung lebih terampil dalam transaksi digital harian namun belum sepenuhnya memiliki pemahaman strategis mengenai pengelolaan keuangan masa depan.

Berdasarkan temuan ini, maka disarankan agar penyedia layanan *paylater* seperti GoPay Later mengintensifkan program edukasi keuangan yang praktis dan mudah diakses, fokus pada perencanaan keuangan, serta pemahaman risiko kredit digital bagi generasi muda (Sholihah et al., 2024; Syam et al., 2025). Selain itu, fitur pengingat dan pembatasan penggunaan berbasis analisis perilaku transaksi perlu ditempatkan untuk membantu pengguna mengendalikan frekuensi dan nominal pinjaman, mencegah akumulasi utang berisiko (Kundisri, 2024).

Sebagai pembanding, studi oleh Kim (2023) menunjukkan bahwa pengingat transaksi melalui *push notification* mempunyai peranan penting dalam mengintervensi perilaku penggunaan kredit secara digital. Penelitian ini membuktikan bahwa fitur pengingat yang disampaikan secara tepat waktu dan personal dapat meningkatkan kesadaran pengguna terhadap pengeluaran mereka, sehingga memungkinkan kontrol yang lebih baik terhadap frekuensi dan jumlah transaksi. Temuan ini mendukung penerapan fitur pengingat dan pembatasan dalam layanan *peer-to-peer* sebagai strategi efektif untuk mendorong *self-control* dan mengurangi risiko konsumsi impulsif, terutama di kalangan Generasi Z yang rentan terhadap godaan penggunaan kredit digital secara berlebihan (Kredivo, 2024). Hal ini sejalan dengan pendekatan *perceived behavioral control* dalam *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), yang menekankan pentingnya persepsi kontrol dalam mendorong tindakan yang rasional dan bertanggung jawab.

3. Pengaruh *Self-Control* terhadap *Risky Credit Behavior*

Hasil analisis menunjukkan bahwa *Self-Control* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *Risky Credit Behavior*, dengan nilai *p-value* sebesar 0,007. Artinya, semakin tinggi tingkat pengendalian diri yang dimiliki oleh individu, maka semakin rendah kecenderungannya untuk terlibat dalam perilaku kredit yang berisiko. Hasil ini konsisten dengan sejumlah penelitian sebelumnya yang juga menunjukkan adanya hubungan negatif antara *self-control* dan perilaku konsumtif maupun penggunaan kredit yang tidak terencana (Pratama Y, 2024; Simarmata et al., 2024; Liu

& Zhang, 2021). Penelitian-penelitian tersebut menegaskan bahwa individu dengan pengendalian diri yang baik cenderung mampu menahan dorongan impulsif dalam berbelanja dan mempertimbangkan kemampuan finansialnya sebelum mengambil keputusan utang. Temuan ini memperkuat peran *perceived behavioral control* dalam *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), dimana keyakinan individu terhadap kemampuannya mengendalikan perilaku menjadi salah satu determinan utama dalam pengambilan keputusan aktual, termasuk keputusan terkait penggunaan kredit digital.

Secara teoritis, individu dengan tingkat pengendalian diri yang tinggi cenderung memiliki kemampuan yang lebih baik dalam menahan impulsif, menunda gratifikasi, serta menghindari godaan konsumtif yang dapat merugikan secara finansial. Penelitian oleh (Pratama Y, 2024) menunjukkan bahwa mahasiswa dengan *self-control* tinggi lebih bijak dalam menggunakan layanan *paylater*, dan cenderung menetapkan batas penggunaan kredit yang sesuai dengan kemampuan finansialnya. Selain itu, studi dari (Simarmata et al., 2024) menemukan bahwa *self-control* berpengaruh signifikan dalam menghambat perilaku konsumtif, terutama pada pengguna layanan keuangan digital. Penelitian intervensional oleh (Lia & Zhang, 2021) juga menegaskan bahwa kemampuan individu untuk menahan dorongan konsumsi menjadi salah satu prediktor utama dalam keberhasilan pengelolaan keuangan pribadi.

Hasil analisis deskriptif pada variabel *Self-Control* menunjukkan bahwa nilai rata-rata antar butir penilaian berkisar antara 4,11 hingga 4,34, dengan standar deviasi antara 0,815 hingga 1,072. Nilai-nilai tersebut mengindikasikan bahwa responden, yang mayoritas berasal dari Generasi Z, memiliki tingkat pengendalian diri yang relatif tinggi dalam aspek pengelolaan keuangan pribadi. Namun demikian, item SR3, yaitu pernyataan "Saya lebih memilih berinvestasi daripada menggunakan layanan kredit jangka pendek", memperoleh nilai rata-rata terendah di antara item lainnya, yaitu 4,11.

Hasil analisis tersebut mencerminkan bahwa meskipun pengendalian diri cukup baik, namun kesadaran akan perencanaan keuangan jangka panjang seperti investasi masih kurang menjadi prioritas. OECD (2020) juga menekankan bahwa meskipun *digital-native* memiliki literasi keuangan fungsional, mereka cenderung menunjukkan *short-term financial orientation*, yakni fokus yang lebih besar pada kenyamanan transaksi sehari-hari daripada strategi keuangan jangka panjang. Hal ini sejalan dengan temuan (Patri et al., 2025) yang menyatakan bahwa pengendalian diri berpengaruh positif terhadap perilaku keuangan, namun pengembangan kapasitas perencanaan keuangan jangka panjang perlu ditingkatkan untuk mengoptimalkan manfaat *self-control*. Penelitian lain oleh (Gunawan & Herlina, 2025) juga menekankan bahwa pengendalian diri yang efektif harus diiringi dengan kemampuan perencanaan keuangan agar dapat

mengarah pada pengelolaan ⁴⁷ keuangan yang lebih optimal dan berkelanjutan.

Kondisi ini ¹¹⁶ menjadi lebih jelas ketika dikaitkan dengan karakteristik responden dalam penelitian ini, yaitu mayoritas perempuan dari Generasi Z dengan tingkat pendidikan S1, yang menggunakan GoPay Later lebih dari tiga kali dalam sebulan (98,6%), namun dengan nominal transaksi kurang dari satu juta rupiah (56,2%). Pola penggunaan yang menunjukkan frekuensi transaksi tinggi namun nominal rendah ini berpotensi menumpuk menjadi beban kredit jangka pendek apabila tidak diimbangi dengan kesadaran finansial dan pengendalian diri yang memadai. Sejalan dengan penelitian oleh (Purwaningdyah & Pratminingsih, 2023) generasi Z memiliki kecenderungan tinggi terhadap *impulsive behavior* yang dipicu oleh tekanan media sosial dan ekspektasi gaya hidup, terutama ketika pengendalian diri tidak kuat, sehingga meningkatkan risiko ketergantungan pada layanan kredit digital seperti *paylater*.

Berdasarkan temuan ini, maka diperlukan strategi yang dapat memperkuat *self-control* pengguna layanan *paylater*, khususnya di kalangan Generasi Z. Salah satu pendekatan yang realistis dan aplikatif adalah dengan menerapkan intervensi berbasis nudging atau dorongan perilaku (*behavioral nudges*) dalam sistem aplikasi GoPay Later, seperti menyisipkan waktu tunggu singkat (*cooling-off period*) sebelum menyelesaikan transaksi *paylater*, untuk memberi ruang pertimbangan ulang sebelum utang dilakukan (Moser, 2020; Sun et al., 2025). Strategi

tersebut tidak memerlukan teknologi kompleks, namun telah terbukti mampu meningkatkan kesadaran finansial dan menurunkan perilaku konsumtif secara bertahap. Hal ini sejalan dengan konsep *choice architecture* dalam *Nudge Theory* yang dikembangkan oleh Thaler dan Sunstein (2008), yaitu bahwa pengaturan lingkungan pengambilan keputusan dapat memengaruhi perilaku individu tanpa membatasi pilihannya.

Berbagai studi empiris mendukung efektivitas penerapan *cooling-off period* pada aplikasi digital sebagai bentuk *nudge* yang dapat membatasi perilaku konsumtif. Misalnya, penelitian di bidang *e-commerce* mengungkapkan bahwa penempatan penundaan transaksi secara signifikan mengurangi impulsivitas pembelian dengan memberi waktu bagi konsumen untuk refleksi ulang sebelum menyelesaikan transaksi (Moser, 2020). Studi laboratorium lain juga memperlihatkan bahwa intervensi jeda waktu dalam aplikasi belanja daring dapat menurunkan pembelian impulsif melalui pengaturan *choice architecture* yang sederhana namun berdampak nyata (Sin et al., 2025). Di sisi kebijakan, penerapan *cooling-off period* dalam layanan finansial di berbagai negara telah terbukti menekan keputusan transaksi terburu-buru yang dapat merugikan konsumen dan meningkatkan pengelolaan keuangan yang lebih sehat (Moser et al., 2020).

Penelitian oleh Israyah Agasima et al., (2024) juga menunjukkan bahwa pendekatan *nudging* efektif dalam membantu individu membuat keputusan finansial yang lebih rasional. Rekomendasi serupa dikemukakan

oleh (OECD/INFE, 2023), yang menyarankan penggunaan *behavioral insight* dalam pengembangan edukasi keuangan digital, terutama bagi generasi muda yang cenderung lebih responsif terhadap notifikasi visual dan bahasa yang bersifat personal. Dengan demikian, penerapan fitur *cooling-off period* pada aplikasi GoPay Later dapat dijadikan strategi efektif untuk memperkuat *self-control* dan mengurangi risiko perilaku konsumtif di kalangan Generasi Z. Strategi ini memanfaatkan desain interaksi yang mendorong pertimbangan dan pengambilan keputusan yang lebih rasional tanpa perlu teknologi yang rumit, sesuai dengan bukti ilmiah internasional terkait intervensi *behavioral nudges* pada layanan keuangan digital.

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis *Structural Equation Modeling* dengan pendekatan *Partial Least Square* (SEM-PLS), penelitian ini menghasilkan beberapa temuan utama terkait faktor-faktor yang memengaruhi *Risky Credit Behavior* pada pengguna GoPay Later dari kalangan Generasi Z:

1. *Financial Literacy* berpengaruh negatif dan marginal signifikan terhadap *Risky Credit Behavior*. Semakin tinggi tingkat pemahaman individu terhadap konsep-konsep keuangan dasar, maka semakin rasional pula pengambilan keputusan keuangannya.
2. *Financial Self-Efficacy* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Risky Credit Behavior*. Individu yang memiliki keyakinan tinggi terhadap kemampuan dirinya dalam mengelola keuangan cenderung lebih berhati-hati dan selektif dalam menggunakan layanan kredit digital.
3. *Self-Control* berpengaruh negatif dan signifikan paling kuat terhadap *Risky Credit Behavior*. Individu dengan tingkat pengendalian diri yang tinggi memunculkan kemampuan yang lebih baik dalam menghindari penggunaan layanan kredit secara impulsif.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa saran yang diusulkan pada hasil serta keterbatasan penelitian. Saran di bawah ini diharapkan dapat

menjadi pemangku kritis bagi pihak terkait, terutama pengguna, penyedia layanan keuangan digital, serta institusi pendidikan yang berhubungan dengan literasi dan perilaku keuangan Generasi Z.

1. Bagi GoPayLater

GoPay Later perlu meningkatkan program edukasi keuangan yang praktis dan mudah dijangkau, khususnya bagi generasi muda, dengan penekanan pada literasi finansial dan risiko penggunaan *paylater*. Implementasi fitur seperti peingatan transaksi, pembatasan otomatis berdasarkan analisis perilaku, serta *cooling-off period* sangat dianjurkan untuk membantu pengguna mengendalikan frekuensi dan nominal pinjaman guna mencegah perilaku konsumtif impulsif. Pemanfaatan data transaksi untuk intervensi personal juga penting untuk meningkatkan *self-control* pengguna serta menjaga agar tidak terjadinya gagal bayar.

2. Bagi Pemerintah

Pemerintah, melalui Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan lembaga terkait, disarankan untuk mengembangkan program literasi keuangan lanjutan yang berfokus pada penguatan pemahaman mengenai pengelolaan perencanaan keuangan. Program literasi tersebut sebaiknya menggunakan pendekatan berbasis digital yang interaktif dan kontekstual agar lebih mudah diterima oleh Generasi Z.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada lingkup responden, yakni pengguna GoPay Later dari Generasi Z dengan latar belakang pendidikan S1 dan nominal transaksi yang tergolong kecil. Oleh karena itu, disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk memperluas cakupan penelitian pada kelompok usia yang lebih beragam dan melakukan studi komparatif terhadap berbagai penyedia layanan *buy now pay later* lainnya.

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA

ORIGINALITY REPORT

22%

SIMILARITY INDEX

18%

INTERNET SOURCES

11%

PUBLICATIONS

10%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	ejurnalunsam.id Internet Source	1%
2	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	1%
3	eprints.uny.ac.id Internet Source	1%
4	Submitted to Konsorsium Perguruan Tinggi Swasta Indonesia II Student Paper	1%
5	Patricia Steffina Mawitjere, Revanza Bukide, Ecclesia Keles. "Pengaruh Financial Literacy dan Financial Self-Efficacy Terhadap Risky Credit Behavior Gen-Z: Studi pada Pengguna PayLater", Bisnis-Net Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 2025 Publication	1%
6	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
7	Submitted to Universitas Islam Indonesia Student Paper	<1%
8	journal.ipm2kpe.or.id Internet Source	<1%
9	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	<1%
10	Submitted to Institut Pertanian Bogor Student Paper	

<1 %

11

journal.ikopin.ac.id

Internet Source

<1 %

12

core.ac.uk

Internet Source

<1 %

13

id.123dok.com

Internet Source

<1 %

14

Submitted to Universitas Jenderal Soedirman

Student Paper

<1 %

15

Submitted to Universitas Negeri Jakarta

Student Paper

<1 %

16

pantau-pengadaan.org

Internet Source

<1 %

17

123dok.com

Internet Source

<1 %

18

mail.jptam.org

Internet Source

<1 %

19

Submitted to IAIN Purwokerto

Student Paper

<1 %

20

Rista Asmaya Sari, Rola Manjaleni. "Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan E-money, dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Bandung", JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi), 2025

Publication

<1 %

21

Submitted to University of Muhammadiyah Malang

Student Paper

<1 %

repository.stei.ac.id

22	Internet Source	<1 %
23	www.journalmabis.org Internet Source	<1 %
24	Submitted to Binus University International Student Paper	<1 %
25	www.scribd.com Internet Source	<1 %
26	Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia Student Paper	<1 %
27	Submitted to Universitas Pendidikan Ganesha Student Paper	<1 %
28	jurnal.dharmawangsa.ac.id Internet Source	<1 %
29	Submitted to Sultan Agung Islamic University Student Paper	<1 %
30	kc.umn.ac.id Internet Source	<1 %
31	www.researchgate.net Internet Source	<1 %
32	Submitted to Universitas Respati Indonesia Student Paper	<1 %
33	adoc.pub Internet Source	<1 %
34	hendrasanjayaofficial.blogspot.com Internet Source	<1 %
35	sshj.in Internet Source	<1 %

36	Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Student Paper	<1 %
37	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	<1 %
38	jurnal.goretanpena.com Internet Source	<1 %
39	eprints.upnyk.ac.id Internet Source	<1 %
40	idoc.pub Internet Source	<1 %
41	radartulungagung.co.id Internet Source	<1 %
42	jurnal.risetilmiah.ac.id Internet Source	<1 %
43	repository.stipjakarta.ac.id Internet Source	<1 %
44	Al Munawir, Azharsyah Ibrahim, Muhammad Arifin. "Apakah Etos Kerja Memediasi Pengaruh Pembinaan terhadap Keberhasilan Usaha Mustahik? Studi Empiris pada Penerima Zakat Produktif di Kota Banda Aceh", Jurnal Ekonomi Manajemen dan Sekretari, 2024 Publication	<1 %
45	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	<1 %
46	text-id.123dok.com Internet Source	<1 %
47	Raja Dedek Syaiputra, Zaka Hadikusuma Ramadan. "Pembelajaran Berbasis Kearifan	<1 %

Lokal Nilai Pacu Jalur di SDN 014 Pulau Binjai
Kecamatan Kuantan Mudik", Jurnal
Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan,
2025

Publication

48	dspace.uii.ac.id Internet Source	<1 %
49	m.moam.info Internet Source	<1 %
50	sintama.stibsa.ac.id Internet Source	<1 %
51	Samuel Samuel, Djoko Setyadi, Irsan Trichayadinata. "Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Komitmen Organisasional Afektif yang Dimediasi oleh Kepercayaan", Jurnal Bisnis dan Manajemen, 2020 Publication	<1 %
52	repository.iainkudus.ac.id Internet Source	<1 %
53	repository.mercubuana.ac.id Internet Source	<1 %
54	repository.uinjambi.ac.id Internet Source	<1 %
55	repository.unja.ac.id Internet Source	<1 %
56	jurnal.peneliti.net Internet Source	<1 %
57	harianmomentum.com Internet Source	<1 %
58	repository.iainpalopo.ac.id Internet Source	<1 %

59 Sugiyono, Vara Maulidiah Hidayah. <math><1\%</math>
"Pemodelan Teknologi dalam Aplikasi
KitaLulus untuk Lowongan Pekerjaan
Menggunakan Metode Technology
Acceptance Model (TAM)", Jurnal Indonesia :
Manajemen Informatika dan Komunikasi,
2024
Publication

60 repository.dinamika.ac.id <math><1\%</math>
Internet Source

61 Annisa Nurur Rahman, Umi Widyastuti,
Destria Kurnianti. "DETERMINAN KEPUASAN
KEUANGAN: STUDI PADA PENGGUNA
PAYLATER DI JABODETABEK", Journal of
Economic, Bussines and Accounting
(COSTING), 2024 <math><1\%</math>
Publication

62 Kannitha Alana, Rida Perwita Sari. "Efektivitas
Pelaksanaan Dana Desa di Pulau Sumatera
Guna Mendorong Keberhasilan Tujuan
Pembangunan Berkelanjutan", Journal of
Management and Bussines (JOMB), 2023 <math><1\%</math>
Publication

63 Submitted to Universitas Nasional <math><1\%</math>
Student Paper

64 Vini Annesia Aflaha. "Pengaruh Literasi
Keuangan, Pembelajaran Keuangan, dan
Media Sosial Terhadap Perilaku Keuangan
Gen Z", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence
and Digital Business, 2025 <math><1\%</math>
Publication

65 repository.radenintan.ac.id <math><1\%</math>
Internet Source

66	Submitted to Syntax Corporation Student Paper	<1 %
67	etd.iain-padangsidimpuan.ac.id Internet Source	<1 %
68	Nazwa Azahra Salsabila, Muhammad Chaerul Rizky, Widya Tri Astuti, Jevania Marthasya Sitorus, Sri Dewi Cristina Putri Purba. "Strategic, Technological, and Innovative Drivers of Women's Digital Awareness in MSMEs", Indonesian Journal of Innovation Studies, 2025 Publication	<1 %
69	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	<1 %
70	Submitted to Universitas Riau Student Paper	<1 %
71	Submitted to STIE Perbanas Surabaya Student Paper	<1 %
72	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	<1 %
73	Submitted to Universitas PGRI Palembang Student Paper	<1 %
74	media.neliti.com Internet Source	<1 %
75	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	<1 %
76	repository.umy.ac.id Internet Source	<1 %
77	repository.unib.ac.id Internet Source	<1 %

78	Submitted to Badan PPSDM Kesehatan Kementerian Kesehatan Student Paper	<1 %
79	Submitted to Universitas Bengkulu Student Paper	<1 %
80	elearning.medistra.ac.id Internet Source	<1 %
81	eprints.umm.ac.id Internet Source	<1 %
82	repository.unika.ac.id Internet Source	<1 %
83	www.e-journal.trisakti.ac.id Internet Source	<1 %
84	digilib.uinkhas.ac.id Internet Source	<1 %
85	docobook.com Internet Source	<1 %
86	journal.universitaspahlawan.ac.id Internet Source	<1 %
87	lib.ibs.ac.id Internet Source	<1 %
88	lps.go.id Internet Source	<1 %
89	pdf-atonline.rhcloud.com Internet Source	<1 %
90	publishing.globalcsrc.org Internet Source	<1 %
91	repository.umsu.ac.id Internet Source	<1 %

92	www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id Internet Source	<1 %
93	www.neliti.com Internet Source	<1 %
94	Jesaya Herlangga Manurung, Anwar Azazi, Dody Pratama Marumpe, Ilzar Daud, Efa Irdhayanti. "Pengaruh Work-Life Balance, Compensation, dan Workload Terhadap Employee Performance Generasi Z Dimediasi oleh Job Stress", Jurnal Ilmiah Multidisipin, 2025 Publication	<1 %
95	bukausaha.com Internet Source	<1 %
96	ebtke.esdm.go.id Internet Source	<1 %
97	eprints.peradaban.ac.id Internet Source	<1 %
98	eprints.unm.ac.id Internet Source	<1 %
99	es.scribd.com Internet Source	<1 %
100	hmpps.pf.uad.ac.id Internet Source	<1 %
101	issuu.com Internet Source	<1 %
102	jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id Internet Source	<1 %
103	ojs.unud.ac.id Internet Source	<1 %

104	pdffox.com Internet Source	<1 %
105	repository.its.ac.id Internet Source	<1 %
106	repository.untag-sby.ac.id Internet Source	<1 %
107	repository.usd.ac.id Internet Source	<1 %
108	www.coursehero.com Internet Source	<1 %
109	www.ejournal.unia.ac.id Internet Source	<1 %
110	www.frontiersin.org Internet Source	<1 %
111	Dedi Arianto, Aziiz Sutrisno. "Kajian Antisipasi Pelayanan Kapal dan Barang di Pelabuhan Pada Masa Pandemi Covid-19", Jurnal Penelitian Transportasi Laut, 2021 Publication	<1 %
112	Desnita Arga Pramesty, Osly Usman, Daru Putri Kusumaningtyas. "PENGARUH USER EXPERIENCE, ALGORITHMIC TRUST DAN SECURITY TERHADAP CUSTOMER LOYALTY MELALUI CONSUMER SATISFACTION PADA APLIKASI SPOTIFY", JAE (JURNAL AKUNTANSI DAN EKONOMI), 2025 Publication	<1 %
113	Dewi Masruroh, Rida Perwita Sari. "Pengaruh Risk Tolerance Terhadap Keputusan Mahasiswa Surabaya Berinvestasi Dengan Financial Literacy Sebagai Variabel Moderasi",	<1 %

114 Kalista Manna Suitra, Suropto, K Bagus Wardianto. "DETERMINAN PENGGUNAAN LAYANAN PINJAMAN PEER-TO-PEER PADA GENERASI Z: STUDI EMPIRIS TENTANG PERAN LITERASI KEUANGAN, PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI RISIKO, DAN FEAR OF MISSING OUT", Jurnal Perspektif Bisnis, 2024
Publication

<1 %

115 Novelia Hamida, Ramadona Simbolon, Sri Elviani. "PENGARUH EDUKASI KEUANGAN, LITERASI KEUANGAN, FINANCIAL TECHNOLOGY TERHADAP PERILAKU DALAM MENGELOLA KEUANGAN PADA MAHASISWA AKUNTANSI DI KOTA MEDAN", Worksheet : Jurnal Akuntansi, 2025
Publication

<1 %

116 Rico Ramanda. "Pengaruh Literasi Keuangan dan Spending Self-Control Terhadap Gaya Hidup Generasi Z di Daerah Khusus Jakarta", LANCAH: Jurnal Inovasi dan Tren, 2024
Publication

<1 %

117 alumnisupportnetworkgibs.blogspot.com
Internet Source

<1 %

118 avalonmart.com
Internet Source

<1 %

119 calvotenorio.com
Internet Source

<1 %

120 comserva.publikasiindonesia.id
Internet Source

<1 %

121	Internet Source	<1 %
122	digilib.uns.ac.id Internet Source	<1 %
123	ejournal.borobudur.ac.id Internet Source	<1 %
124	ejournal.polbeng.ac.id Internet Source	<1 %
125	ejournal.unsri.ac.id Internet Source	<1 %
126	ejurnal.swadharma.ac.id Internet Source	<1 %
127	eprints.binadarma.ac.id Internet Source	<1 %
128	eprints.uns.ac.id Internet Source	<1 %
129	journal.uin-alauddin.ac.id Internet Source	<1 %
130	jurnal.syntaxliterate.co.id Internet Source	<1 %
131	pt.scribd.com Internet Source	<1 %
132	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	<1 %
133	Submitted to undira Student Paper	<1 %
134	Aprilia Afni Furoidah, Supardi Supardi, Wisnu Pangah Setiyono. "Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme, Financial Teknologi dan Locus Of Control Terhadap Perilaku Keuangan Anak	<1 %

Muda", Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING), 2024

Publication

135 Dilasari Dilasari, Sri Mulyati, Asep Kurniawan. "PENGARUH FINANCIAL LITERACY, LIFE STYLE, LOCUS OF CONTROL DAN DEMOGRAFI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI MILENIAL DI KOTA SUBANG", JASS (Journal of Accounting for Sustainable Society), 2021

Publication

136 Fenny Damayanti. Jurnal Sekretaris & Administrasi Bisnis (JSAB), 2021

Publication

137 Yemima Ayu Cristamar, Ruzikna Ruzikna. "Pengaruh Sikap Keuangan, Pengalaman Keuangan dan Kepribadian terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan UMK di Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak", BUDGETING : Journal of Business, Management and Accounting, 2024

Publication

138 Wina Yuniawati, Devyanthi Syarif, Tjipto Sajekti. "Pengaruh Financial Knowledge, Financial Attitude, Locus of Control dan Lifestyle terhadap Financial Behaviour pada Mahasiswa di Kota Bandung", JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi), 2024

Publication

139 repository.upstegal.ac.id

Internet Source

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA