

## 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. *GoPayLater* 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 *GoPayLater*

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 pengeluaran bulanan, frekuensi penggunaan *GoPayLater*, 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 kuesioner 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	Presentase
Perempuan	222	65,3%
Laki-laki	118	34,7%
<b>Total</b>	<b>340</b>	<b>100%</b>

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. 2 Usia Responden

Usia	Frekuensi	Presentase
18–22 tahun	184	54,1%
23–28 tahun	156	45,9 %
<b>Total</b>	<b>340</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data diolah, 2025

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 menggambarkan 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 kuesioner. Distribusi pekerjaan responden disajikan pada Tabel 4.3 sebagai berikut :

Tabel 4. 3 Status Pekerjaan Responden

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

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

kuesioner 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 mengkategorikan 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

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

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 kuesioner, persebaran domisili responden dapat diuraikan sebagai berikut :

Tabel 4. 5 Domisili Responden

<b>Domisili</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Pulau Jawa	188	55,5%
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%
<b>Total</b>	<b>340</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan data dari tabel 4.5 menunjukkan bahwa responden terbanyak berdomisili di Pulau Jawa, yaitu sebanyak 188 orang (55,5%). 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

<b>Rata-Rata Pengeluaran</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
< 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%
<b>Total</b>	<b>340</b>	<b>100%</b>

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*. Data 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 ditampilkan pada diagram berikut:

Tabel 4. 7 Frekuensi Penggunaan *GoPayLater*

<b>Jumlah Transaksi</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
2 kali Transaksi	11	3,2%
>3 kali Transaksi	329	96,8%
<b>Total</b>	<b>340</b>	<b>100%</b>

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.

#### h) 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	Presentase
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%
<b>Total</b>	<b>340</b>	<b>100%</b>

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 (20,0%) menggunakan layanan ini untuk membeli produk *fashion*, seperti pakaian, sepatu, dan aksesoris. Sementara itu, 45 responden (13,2%) menggunakannya untuk memenuhi pengeluaran 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.

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	SEG1: 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 <i>GoPay Later</i>	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	SCW1: 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 layanan 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 ketrampilan 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 menandakan bahwa pengendalian diri dalam mengelola keuangan, terutama terkait penggunaan layanan *Gopaylater*, 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* memperlihatkan nilai rata-rata yang sangat rendah, berkisar antara 1.64 hingga 1.92, dengan nilai rata-rata tertinggi pada RPB1 (“Saya tidak terlalu mempertimbangkan 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 *GoPay Later*. 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.

## B. Analisis Data

### 1. Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen dilakukan untuk memastikan bahwa kuesioner 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>	<b>FL1</b>	0.848	Valid
	<b>FL2</b>	0.847	Valid
	<b>FL3</b>	0.892	Valid
	<b>FL4</b>	0.880	Valid
	<b>FL5</b>	0.883	Valid
<i>Financial Self Efficacy</i>	<b>FSE1</b>	0.796	Valid
	<b>FSE2</b>	0.874	Valid
	<b>FSE3</b>	0.894	Valid
	<b>FSE4</b>	0.914	Valid
	<b>FSE5</b>	0.897	Valid
	<b>FSE6</b>	0.902	Valid
<i>Risk Credit Behavior</i>	<b>RC1</b>	0.900	Valid
	<b>RC2</b>	0.916	Valid
	<b>RC3</b>	0.920	Valid

	<b>RC4</b>	0.877	Valid
	<b>RC5</b>	0.856	Valid
<i>Self Control</i>	<b>SC1</b>	0.757	Valid
	<b>SC10</b>	0.903	Valid
	<b>SC11</b>	0.921	Valid
	<b>SC12</b>	0.890	Valid
	<b>SC13</b>	0.910	Valid
	<b>SC14</b>	0.906	Valid
	<b>SC15</b>	0.886	Valid
	<b>SC2</b>	0.834	Valid
	<b>SC3</b>	0.875	Valid
	<b>SC4</b>	0.854	Valid
	<b>SC5</b>	0.866	Valid
	<b>SC6</b>	0.891	Valid
	<b>SC7</b>	0.901	Valid
	<b>SC8</b>	0.869	Valid
	<b>SC9</b>	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 eksplanatori. 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
<b>FL</b>	0.758	Valid
<b>FSE</b>	0.776	Valid
<b>RC</b>	0.799	Valid
<b>SC</b>	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-konstruk 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>
<b>FL1</b>	0.848	0.677	-0.512	0.688
<b>FL2</b>	0.847	0.681	-0.532	0.706
<b>FL3</b>	0.892	0.764	-0.624	0.778
<b>FL4</b>	0.880	0.707	-0.555	0.720
<b>FL5</b>	0.883	0.768	-0.612	0.784
<b>FSE1</b>	0.683	0.796	-0.529	0.724
<b>FSE2</b>	0.734	0.874	-0.572	0.805
<b>FSE3</b>	0.759	0.894	-0.619	0.815
<b>FSE4</b>	0.728	0.914	-0.621	0.808
<b>FSE5</b>	0.731	0.897	-0.657	0.837
<b>FSE6</b>	0.746	0.902	-0.639	0.851
<b>RC1</b>	-0.620	-0.675	0.900	-0.698
<b>RC2</b>	-0.666	-0.678	0.916	-0.678
<b>RC3</b>	-0.606	-0.646	0.920	-0.637
<b>RC4</b>	-0.498	-0.532	0.877	-0.543
<b>RC5</b>	-0.508	-0.526	0.856	-0.552
<b>SC1</b>	0.673	0.665	-0.469	0.757
<b>SC10</b>	0.733	0.817	-0.611	0.903
<b>SC11</b>	0.777	0.836	-0.633	0.921
<b>SC12</b>	0.772	0.832	-0.700	0.890
<b>SC13</b>	0.785	0.822	-0.672	0.910
<b>SC14</b>	0.782	0.854	-0.656	0.906
<b>SC15</b>	0.758	0.831	-0.625	0.886
<b>SC2</b>	0.718	0.749	-0.562	0.834
<b>SC3</b>	0.726	0.800	-0.604	0.875
<b>SC4</b>	0.715	0.786	-0.639	0.854
<b>SC5</b>	0.717	0.784	-0.594	0.866
<b>SC6</b>	0.749	0.835	-0.610	0.891
<b>SC7</b>	0.776	0.836	-0.633	0.901
<b>SC8</b>	0.716	0.798	-0.600	0.869
<b>SC9</b>	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 konstraknya 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
<b>FL</b>	0.920	0.940	Reliabel
<b>FSE</b>	0.942	0.954	Reliabel
<b>RC</b>	0.937	0.952	Reliabel
<b>SC</b>	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>
<b>SRMR</b>	0.044	0.044

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan hasil yang ditampilkan 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 variansi 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>
<b>RC</b>	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 Ghozali (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>	<b>Ket</b>
<i>Financial Literacy -&gt; Risk Credit Behavior</i>	-0.170	0.103	1.646	0.050	Diterima Secara Marginal
<i>Financial Self Efficacy -&gt;</i>	-0.241	0.116	2.086	0.019	Diterima

<i>Risk Credit Behavior</i>					
<i>Self Control - &gt; 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 dari masing-masing variabel, maka semakin rendah kecenderungan perilaku kredit berisiko pada responden. Dari hasil uji tersebut, maka dapat disimpulkan 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 (Dawolo 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 dikemukakan 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 & Risanta, (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.

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 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 pengaturan anggaran, pengelolaan tabungan, hingga pengambilan keputusan investasi yang matang (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 (Thakkar & 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 & Novianda, 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 berisiko. 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, (Octaviana 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 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; Kurniasari & Abubakar, 2023; Obenza 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 antar 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 Islamiyah & 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 berisiko. 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 nominal 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; Syiam et al., 2025). Selain itu, fitur pengingat dan pembatasan penggunaan berbasis analisis perilaku transaksi perlu diterapkan untuk membantu

pengguna mengendalikan frekuensi dan nominal pinjaman, mencegah akumulasi utang berisiko (Kundisari, 2024).

Sebagai pembandingan, 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 *paylater* 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* berperan signifikan dalam menghambat perilaku konsumtif, terutama pada pengguna layanan keuangan digital. Penelitian internasional oleh (Liu & 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 (Putri 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 keuangan yang lebih optimal dan berkelanjutan.

Kondisi ini 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, 2025) 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; Sin 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 penerapan 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 Isaniyah Agustina 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.