

PENGARUH GAYA HIDUP DAN LITERASI KEUANGAN DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN LAYANAN *SHOPEE PAYLATER* PADA GENERASI Z DI KOTA BANJARMASIN

Nur Lathifah¹⁾, Novia Nour Halisa²⁾, Setio Utomo³⁾, Nurul Wahyuni⁴⁾

¹⁾ Mahasiswa Prodi Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Lambung Mangkurat, Kalimantan Selatan, Indonesia

²⁾ Dosen Prodi Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Lambung Mangkurat, Kalimantan Selatan, Indonesia

³⁾ Dosen Prodi Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Lambung Mangkurat, Kalimantan Selatan, Indonesia

⁴⁾ Dosen Prodi Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Lambung Mangkurat, Kalimantan Selatan, Indonesia

* E-mail author: lathifah1331@gmail.com

ARTICLE HISTORY:

Received

Accepted

Published

ABSTRACT

The rapid digitalization of finance, manifested through the development of financial technology (fintech), has opened up access to more inclusive financial services for the public, including Buy Now Pay Later (BNPL)-based payment services such as Shopee PayLater. This service has been widely utilized by Generation Z in Banjarmasin City, where the decision to use the service is inseparable from various factors, such as their lifestyle patterns and their digital financial literacy. This study was conducted with the aim of identifying and testing these two factors as determinants influencing Generation Z in Banjarmasin City's decision to use Shopee PayLater services. This study applied a quantitative approach with an explanatory research design, a non-probability sampling technique in the form of an accidental sampling method. This study involved 100 Generation Z who had actively used Shopee PayLater services at least twice within the six months prior to the study. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS software version 32.

The findings demonstrate that lifestyle and digital financial literacy are significant factors influencing Generation Z in Banjarmasin City in their decision to use Shopee PayLater services, both partially and simultaneously.

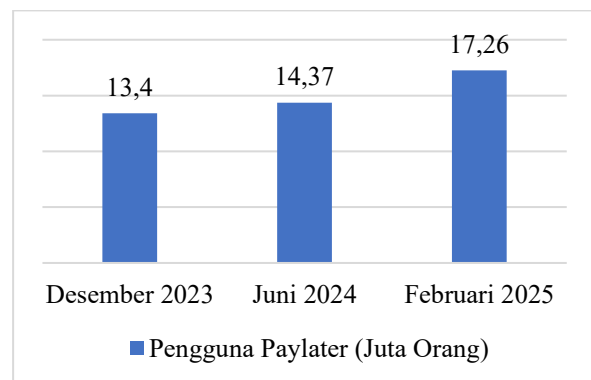
KEYWORDS:

Lifestyle, Digital Financial Literacy, Decision to Use

PENDAHULUAN

Perkembangan digitalisasi keuangan yang diwujudkan melalui *financial technology (fintech)* telah membuka akses layanan keuangan yang lebih luas bagi berbagai kalangan yang meliputi metode pembayaran, pengiriman dana, pengelolaan keuangan, hingga deposito. Kehadiran *fintech* mengubah cara bertransaksi masyarakat dengan menawarkan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi yang tidak terikat oleh keterbatasan geografis maupun temporal.

Databoks (2025) mencatat bahwa layanan *paylater* menjadi layanan *fintech* terpopuler kedua di Indonesia setelah dompet digital, mencerminkan tingginya minat dan adopsi masyarakat terhadap layanan pembayaran digital berbasis kredit tersebut. layanan ini merujuk pada metode pembayaran *Buy Now Pay Later (BNPL)* yakni sistem yang memungkinkan pengguna untuk memperoleh produk atau jasa tanpa pembayaran langsung, melainkan melalui mekanisme cicilan dalam periode tertentu disertai bunga atau biaya tambahan yang telah ditetapkan (Kredivo & Center, 2024)



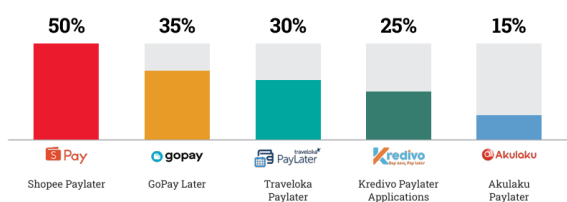
Gambar 1. Tren Peningkatan Adopsi Layanan Paylater di Indoensia

Data IdScore (2025), mengonforimasi bahwa penggunaan layanan *paylater* di Indoensia tercatat mengalami tren pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Kredivo & Katadata Insight Center (2024) melaporkan peningkatan proporsi konsume pengguna *paylater* dalam transaksi belanja online dari 69,4% menjadi 70,5%. Alasan utama yang menjadi pendorong penggunaan *paylater* diantaranya untuk membeli kebutuhan mendesak

(58%), cicilan jangka pendek (52%), serta perolehan promo yang lebih beragam (45%). Selain itu, rendahnya penetrasi kartu kredit, yang mana sebesar 88% generasi Z tidak memiliki kartu kredit semakin memperkuat posisi *paylater* sebagai alternatif metode pembayaran.

Generasi Z sering disebut sebagai “iGeneration” atau “generasi internet” mencakup kelompok individu yang lahir dalam rentang tahun 1997 hingga 2012 (Dimock, 2019). Generasi Z lahir di era serba canggih, di mana internet merambah semua kalangan. Hal inilah yang membuat generasi Z sangat bergantung pada teknologi dan internet, serta mudah beradaptasi dengan berbagai sarana informasi (Lubis & Handayani, 2022).

Aksesibilitas internet dan kemudahan layanan *fintech* menjadi faktor pendorong generasi Z dalam memanfaatkan layanan *paylater* sebagai solusi pemenuhan kebutuhan di tengah keterbatasan finansial. Berdasarkan data Kredivo & Katadata Insight Center (2024), generasi Z tercatat sebagai kelompok pengguna *paylater* terbesar kedua di Indonesia setelah generasi milenial. Terlepas dari posisi tersebut, perilaku penggunaan *paylater* pada generasi Z menunjukkan karakteristik yang berbeda, terutama dalam pemenuhan kebutuhan yang berkaitan dengan gaya hidup, seperti pembelian produk *fashion*, pembayaran layanan hiburan dan *streaming*, serta transaksi cepat yang mengikuti tren atau kebutuhan komunitas. Faktor pendapatan turut berkontribusi terhadap tingginya penggunaan *paylater* di kalangan generasi Z, di mana rata-rata pendapatan bulanan dari generasi Z cenderung lebih rendah apabila dibandingkan dengan generasi milenial dan generasi X. Seiring dengan meningkatnya intensitas penggunaan layanan *paylater* pada generasi Z dan generasi Milenial mendorong munculnya berbagai layanan *paylater*. Berikut disajikan data layanan *paylater* yang paling banyak digunakan.



Gambar 2. Layanan *Paylater* yang Paling Banyak Digunakan Gen Z dan Milenial

Data dari IDN Research Institute tahun 2025 menunjukkan bahwa layanan yang paling banyak digunakan adalah *Shopee Paylater* dengan persentase sebesar 50%, diikuti oleh *GoPay Later* sebesar 35%, *Traveloka Paylater* sebesar 30%, *Kredivo Paylater* sebesar 25%, dan *Akulaku Paylater* sebesar 15%. *Shopee Paylater* merupakan sebuah layanan pinjaman finansial bagi pengguna yang juga merupakan metode

pembayaran yang memungkinkan pengguna yang terpilih untuk bertransaksi atau membeli barang dan membayarnya di kemudian hari saat tanggal jatuh tempo (PT Commerce Finance, 2024).

Shopee Paylater menempati urutan pertama sebagai layanan yang paling populer karena terintegrasi langsung dengan salah satu *e-commerce* terbesar di Indonesia, yaitu *Shopee*. Layanan ini menyediakan fasilitas pembiayaan dalam bentuk kredit tanpa agunan dan dapat digunakan untuk berbelanja secara *online* di *platform e-commerce* maupun secara *offline* di *merchant* tertentu. Layanan *Shopee Paylater* menerapkan mekanisme *buy now pay later* yang membebaskan suku bunga sebesar 0-3,95% perbulan dengan pilihan tenor cicilan mulai dari 1 hingga 24 bulan. Besaran limit pembiasaan yang diperoleh pengguna ditentukan melalui proses penilaian kredit, dengan plafon maksimal yang dapat mencapai Rp50.000.000. Layanan ini bersifat revolving, yakni dapat digunakan kembali secara berulang selama saldo limit pengguna masih mencukupi (Commerce Finance, 2026).

Penggunaan *Shopee Paylater* di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat, termasuk di Kota Banjarmasin. Di antara seluruh kabupaten dan kota yang terdapat di Provinsi Kalimantan Selatan, Kota Banjarmasin tercatat sebagai wilayah dengan konsentrasi penduduk tertinggi. Berdasarkan data Agregat Kependudukan Kota Banjarmasin Semester I tahun 2025, generasi Z mendominasi struktur demografis kota dengan proporsi 25% atau sekitar 169.867 jiwa dari total 682.360 penduduk. Besarnya proporsi tersebut menjadikan generasi Z tidak hanya sebagai kelompok produktif yang berkontribusi pada perekonomian kota, tetapi juga sebaga penggerak utama sektor konsumsi. Mariyani & Risanta (2025) mengidentifikasi generasi Z di kota Banjarmasin tumbuh sebagai generasi *digital native* yang terbiasa memanfaatkan berbagai media sosial dan *platform* belanja online sebagai bagian integral dan aktivitas keseharian mereka.

Guna memperoleh gambaran awal, prasuveri dilakukan terhadap 15 generasi Z yang tercatat sebagai pengguna aktif *platform* belanja online di Kota Banjarmasin. Hasil prasuveri mengungkapkan bahwa mayoritas generasi Z atau sebanyak 12 orang memilih layanan *paylater*, sementara 3 orang lainnya lebih memilih metode pembayaran *Cash on Delivery* (COD) saat mengalami keterbatasan dana dalam melakukan pembelian barang. Penggunaan layanan *paylater* salah satunya didorong oleh perilaku konsumtif dimana layanan ini tidak hanya digunakan untuk membeli kebutuhan tetapi juga membeli barang yang sifatnya keinginan. Dominasi generasi Z di Kota Banjarmasin yang disertai dengan perilaku konsumtif serta tingkat adaptasi yang tinggi terhadap *financial*

technology menjadikan generasi ini sebagai target potensial layanan *Paylater*.

Hasil prasurvei terhadap 15 generasi Z di Kota Banjarmasin mengungkapkan bahwa dari 12 orang pengguna *paylater*, sebagian besar memilih *Shopee Paylater* sebagai layanan utama dengan proporsi 76,92% atau 10 orang, Adapun 15,38% atau 2 orang menggunakan *Tiktok Paylater*, sementara 7,69% atau 1 orang diantaranya menggunakan kombinasi layanan *Shopee Paylater* dan *Kredivo Paylater* secara bersamaan. Hal ini menunjukkan bahwa layanan *Shopee Paylater* merupakan layanan *paylater* yang paling banyak digunakan oleh generasi Z di Kota Banjarmasin.

Melalui prasurvei tersebut diketahui beberapa alasan yang melatarbelakangi penggunaan layanan *Shopee Paylater* di kalangan generasi Z di Kota Banjarmasin, dimana sebesar 35% didominasi oleh faktor gaya hidup yang tercermin dari adanya dorongan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan, serta kecenderungan mengikuti tren yang sedang populer. Integrasi layanan *Shopee Paylater* pada aplikasi *Shopee* memungkinkan generasi Z untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan secara cepat meskipun memiliki keterbatasan finansial. Selanjutnya, sebesar 25% menyatakan bahwa tingkat pengetahuan, pemahaman, dan kemampuan dalam menggunakan layanan *Shopee Paylater* yang disebut sebagai literasi keuangan digital menjadi salah satu pertimbangan dalam menggunakan layanan ini. Selain itu, persepsi kemudahan penggunaan serta adanya promo masing-masing sebesar 15%, sedangkan faktor lainnya sebesar 10%.

Seiring berkembangnya layanan *Shopee paylater*, perilaku konsumen menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan, khususnya pada keputusan individu dalam menggunakan suatu produk atau layanan. Menurut Kotler dan Armstrong (2018) keputusan penggunaan merujuk pada tahapan di mana individu menentukan pilihan untuk memanfaatkan suatu produk atau layanan tertentu guna memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Proses pengambilan keputusan tersebut mencakup serangkaian tahapan, mulai dari identifikasi kebutuhan dan evaluasi kondisi finansial, penelusuran dan penilaian informasi terkait mekanisme pembayaran, suku bunga, biaya layanan, serta risiko yang melekat pada layanan tersebut, hingga akhirnya menentukan keputusan penggunaan dan menilai pengalaman pasca penggunaan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2018) terdapat empat faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan layanan, salah satunya faktor pribadi. Faktor ini berkaitan dengan karakter yang melekat pada individu, seperti usia, kondisi ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri. Sedangkan, menurut Rohmania *et al.*, (2025) kepercayaan diri seseorang dalam mengambil keputusan penggunaan

layanan keuangan digital dipengaruhi oleh faktor kemampuan untuk memahami dan menggunakan layanan keuangan digital, yang tercermin dalam tingkat literasi keuangan digital.

Kotler & Armstrong (2018) menggambarkan gaya hidup sebagai pola hidup yang merepresentasikan cara individu menghabiskan waktu melalui berbagai aktivitas keseharian, minat, dan pendapat yang membentuk cara seseorang berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup seseorang berhubungan dengan lingkungan sosialnya, di mana faktor internal dan eksternal dapat mempengaruhi keputusan seseorang dalam memilih produk atau layanan yang digunakan. Generasi Z memiliki karakteristik pola konsumsi yang khas, yakni berorientasi pada pengalaman dan kemudahan dalam bertransaksi, serta sangat rentan terhadap paparan media sosial dan tren yang berkembang dilingkungan sekitar mereka. Oleh karena itu, kebutuhan generasi Z tidak hanya terbatas pada kebutuhan primer, tetapi juga mencakup kebutuhan sekunder seperti *fashion*, hiburan, dan berbagai barang yang dianggap menunjang gaya hidup kekinian. Kondisi tersebut mendorong generasi Z untuk mencari alternatif pembayaran yang lebih praktis dan fleksibel.

Kotler & Armstrong (2018) dalam bukunya menyatakan bahwa gaya hidup seseorang tercermin dalam psikografisnya, yaitu cara seseorang menjalani kehidupan sehari-hari. Hal ini melibatkan pengukuran dimensi AIO (*Activities, Interests, Opinions*), yang menggambarkan bagaimana seseorang menghabiskan waktunya dan menggunakan uangnya. Seiring dengan meningkatnya kebiasaan berbelanja online dan gaya hidup konsumtif, layanan *Shopee Paylater* menjadi alternatif pembayaran yang memberikan kemudahan dalam memenuhi keinginan. Oleh karena itu, gaya hidup yang berorientasi pada konsumsi dan tren mempengaruhi proses pengambilan keputusan. Sehingga, semakin kuat orientasi gaya hidup konsumtif pada individu, maka akan meningkatkan kecenderungan untuk menggunakan layanan tersebut. Angelita dan Wikartika (2025) pada penelitiannya membuktikan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan.

Adapun faktor lain yang mempengaruhi keputusan penggunaan layanan *Shopee Paylater* yaitu literasi keuangan digital. Kemampuan individu dalam mengakses, memahami, dan mengelola layanan keuangan digital merepresentasikan sejauh mana tingkat literasi keuangan digital yang telah dimiliki dan dikuasai oleh individu yang bersangkutan. Zakiyyah *et al.*, (2023) mendefinisikan literasi keuangan digital sebagai turunan dari literasi keuangan dan literasi informasi digital yang mengkombinasikan kemampuan dan pengetahuan individu dalam menggunakan layanan keuangan digital. Tingkat literasi keuangan digital memiliki

peranan penting dalam menentukan frekuensi penggunaan layanan *fintech*. Menurut Ramadhan *et al.*, (2023) individu dengan tingkat literasi keuangan digital yang rendah cenderung merasa kurang percaya diri untuk menggunakan layanan *fintech* karena adanya keterbatasan keterampilan serta pengetahuan mengenai keuangan maupun digital.

Rohmania *et al.*, (2025) dalam bukunya menyatakan bahwa literasi keuangan digital mengacu pada kemampuan seseorang untuk mengakses, memahami dan mengelola layanan keuangan digital, serta membuat keputusan yang tepat terkait masalah keuangan. Kemampuan dimaksud mencakup pada kapasitas individu dalam mengelola keuangan secara efektif sekaligus memahami risiko yang melekat pada penggunaan layanan keuangan digital. Peningkatan tingkat literasi keuangan digital secara langsung berkontribusi pada penguatan kepercayaan diri individu dalam mengakses dan memanfaatkan layanan keuangan digital, yang pada akhirnya mendorong terbentuknya keputusan keuangan yang lebih rasional dan terukur. Landasan teoretis penelitian ini diperkuat oleh *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang digagas Ajzen (1991) dalam Apriliani, (2024) yang menjelaskan bahwa perilaku individu ditentukan oleh niat yang terbentuk dari tiga konstruk utama, yakni sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Tingkat literasi keuangan digital yang dimiliki individu berkontribusi dalam menumbuhkan sikap *favorable* terhadap layanan keuangan digital sekaligus memperkuat persepsi kontrol diri mereka atas kemampuannya, sehingga mendorong terbentuknya keputusan penggunaan yang lebih bijak dan terencana. Ammar *et al.*, (2025) pada penelitiannya mengonfirmasi bahwa literasi keuangan digital seseorang terbukti memberikan pengaruh terhadap keputusan penggunaan layanan keuangan digital.

Merujuk pada pemaparan di atas, gaya hidup dan literasi keuangan digital teridentifikasi sebagai faktor-faktor yang secara signifikan mempengaruhi keputusan generasi Z untuk menggunakan layanan *Shopee Paylater*. Hal ini diperkuat oleh konsistensi temuan berbagai penelitian terdahulu yang membuktikan relevansi kedua variabel tersebut dalam membentuk keputusan penggunaan layanan keuangan digital. Lutfillah *et al.*, (2024) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa gaya hidup yang dijalani seseorang akan berpengaruh pada keputusan penggunaan layanan *Paylater*, diikuti literasi keuangan digital yang juga berpengaruh terhadap keputusan penggunaan layanan tersebut. Hal serupa juga ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan oleh Rhamadan *et al.*, (2025) yang mengonfirmasi bahwa gaya dan literasi keuangan digital secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan layanan *Shopee Paylater*.

TINJAUAN PUSTAKA

Perilaku Konsumen

Kotler dan Keller (2016) menjelaskan perilaku konsumen sebagai studi tentang bagaimana individu, kelompok, maupun organisasi dalam memperoleh dan memanfaatkan produk, jasa, atau pengalaman sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan. Hal serupa juga disampaikan oleh Schiffman dan Wisenblit (2019) yang menyatakan bahwa perilaku konsumen merupakan studi tentang pilihan konsumen saat mencari, mengevaluasi, membeli, dan menggunakan produk serta layanan yang mereka yakini dapat memenuhi kebutuhannya.

Keputusan Penggunaan

Keputusan penggunaan didefinisikan sebagai tahapan akhir dari serangkaian proses yang dilalui konsumen dalam menentukan pilihan terhadap suatu produk atau layanan tertentu (Kotler & Armstrong, 2018). Merujuk pada padangan dari Tjiptono & Diana (2022) yang mendefinisikan keputusan penggunaan sebagai serangkaian proses kognitif yang dilalui konsumen dalam mengumpulkan informasi, mengevaluasi, dan membandingkan berbagai alternatif produk atau layanan berdasarkan atribut-atribut yang dianggap penting, hingga akhirnya menetapkan pilihan yang paling sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Dalam mengukur keputusan penggunaan, terdapat empat indikator yang digunakan, meliputi kemandirian konsumen terhadap produk atau layanan yang dipilih, kebiasaan dalam menggunakan produk atau layanan, pemberian rekomendasi produk atau layanan kepada pihak lain, serta kecenderungan untuk kembali menggunakan produk atau layanan yang sama di masa yang akan datang. (Kotler & Armstrong, 2018).

Financial Technology

Setiyono (2021) mengartikan *financial technology* (*fintech*) sebagai entitas di sektor jasa keuangan yang memanfaatkan teknologi untuk mengoptimalkan dan mempercepat layanan keuangan secara digital. Dalam perkembangannya, *fintech* telah bertransformasi menjadi segmen industri yang berfokus pada optimalisasi layanan keuangan melalui inovasi digital, mencakup layanan pembayaran digital (*fintech payment*), pinjaman berbasis teknologi (*fintech lending*), pengelolaan keuangan dan kekayaan pribadi (*personal financial* dan *wealth management*), agregasi pasar (*comparison* atau *market aggregator*), teknologi asuransi (*insurtech*), serta penggalangan dana (*crowdfunding*).

Gaya Hidup

Kotler & Armstrong (2018) menggambarkan gaya hidup sebagai pola hidup yang merepresentasikan cara individu menghabiskan waktu melalui berbagai aktivitas keseharian, minat, dan pendapat yang membentuk cara seseorang berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup dapat

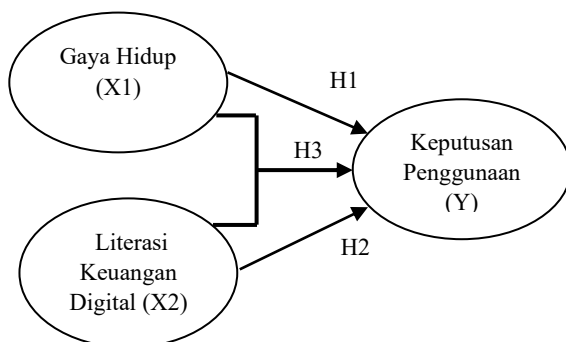
mempengaruhi perilaku individu dalam menentukan keputusan konsumsi, di mana gaya hidup yang berorientasi pada pembelian produk atau jasa dengan mementingkan faktor keinginan daripada faktor kebutuhan tercermin dalam perilaku konsumtif (Sumartono, 2002). Gaya hidup tersebut dapat dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal. Untuk mengukur gaya hidup terdapat tiga indikator, yaitu *activities*, *interests*, dan *opinions*.

Literasi Keuangan Digital

Literasi keuangan digital didefinisikan sebagai turunan dari literasi keuangan dan literasi informasi digital yang mengkombinasikan kemampuan dan pengetahuan dalam menggunakan layanan keuangan digital (Zakiyyah *et al.*, 2023). Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), tingkat literasi keuangan seseorang dapat dikategorikan menjadi empat jenis tingkatan, yaitu terliterasi dengan baik (*well literate*), literasi yang cukup (*sufficient literate*), kurang terliterasi (*less literate*), dan tidak terliterasi (*not literate*). Apriliani (2024) mengidentifikasi sejumlah faktor yang mempengaruhi tingkat literasi keuangan digital seseorang, yang meliputi jenis kelamin, tingkat pendidikan, status mukim, tingkat pendapatan, dan status pekerjaan.

Model Penelitian

Model dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3. Model Penelitian

Hipotesis Penelitian

- H1 :Gaya hidup berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan penggunaan layanan *Shopee Paylater* pada generasi Z di Kota Banjarmasin.
- H2 :Literasi keuangan digital berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan penggunaan layanan *Shopee Paylater* pada generasi Z di Kota Banjarmasin.
- H3 :Gaya hidup dan literasi keuangan digital berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan penggunaan layanan *Shopee Paylater* pada generasi Z di Kota Banjarmasin.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Pendekatan kuantitatif diterapkan dalam penelitian ini karena dinilai sesuai dengan tujuan penelitian yang berfokus pada pengujian hipotesis melalui analisis statistik. Pendekatan ini memungkinkan data diolah secara numerik sehingga menghasilkan temuan yang lebih terukur, sistematis, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan adalah survei, yang memungkinkan penghimpunan data dari sampel yang dipilih secara sistematis sebagai representasi dari populasi yang telah ditentukan dalam penelitian ini. Tipe penelitian ini bersifat *explanatory research*, yang bertujuan untuk menjelaskan pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan digital sebagai variabel independen terhadap keputusan penggunaan sebagai variabel dependen.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan, dengan fokus kajian pada generasi Z yang memanfaatkan layanan *Shopee Paylater* sebagai metode pembayaran.

Populasi

Penelitian ini menetapkan populasi sasaran berupa generasi Z pada rentang usia 17-29 tahun di Kota Banjarmasin yang telah terdaftar dan aktif memanfaatkan layanan *Shopee PayLater* sesuai dengan persyaratan dan ketentuan yang berlaku.

Sampel

Ketidakpastian jumlah populasi dalam penelitian ini menjadi dasar penggunaan rumus Lemeshow (1997) sebagai acuan peneliti dalam menentukan jumlah sampel, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \times P(1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 100$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel yang digunakan

Z : nilai Z pada tingkat kepercayaan 95% yaitu 1,96

P : perkiraan proporsi populasi yang digunakan sebesar 0,5 karena proporsi sebenarnya tidak diketahui pasti

d : tingkat kesalahan (*margin of error*) yang diterapkan sebesar 10%

Melalui perhitungan rumus Lemeshow (1997), diperoleh jumlah sampel sebesar 100 responden. Penambahan jumlah sampel bertujuan untuk meminimalkan risiko adanya data yang tidak memenuhi kriteria penelitian dan mengantisipasi potensi kesalahan dalam pengambilan sampel, sehingga mempermudah proses analisis dan penarikan kesimpulan.

Teknik Sampling

Menerapkan metode *accidental sampling* sebagai bagian dari pendekatan *non-probability sampling* di mana pengambilan sampel dilakukan terhadap responden yang secara kebetulan ditemui dan dinilai memenuhi kriteria sebagai sumber data penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder dan data primer yang dikumpulkan secara langsung melalui instrumen kuesioner yang disebarikan kepada sampel.

Teknik Analisa Data

Skala likert digunakan sebagai alat pengukuran data yang selanjutnya dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Tahap analisis mencakup uji validitas dan reliabilitas instrumen sebagai prasyarat pengumpulan data, dilanjutkan dengan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Hipotesis penelitian diuji menggunakan uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), dan koefisien determinasi (R^2).

HASIL PENELITIAN

Profil Responden

Sebanyak 100 responden dilibatkan dalam penelitian ini, yang keseluruhannya merupakan generasi Z berdomisili di Kota Banjarmasin dan tercatat sebagai pengguna aktif layanan *Shopee Paylater* dengan frekuensi penggunaan layanan setidaknya dua kali dalam periode enam bulan terakhir sebelum penelitian ini dilakukan.

Berdasarkan sebaran domisili, Banjarmasin Utara menjadi wilayah dengan konsentrasi responden tertinggi sebesar 38%, Hal ini tidak terlepas dari karakteristik kawasan tersebut sebagai pusat aktivitas pendidikan di Kota Banjarmasin yang secara demografis didominasi oleh kelompok generasi Z. Berdasarkan jenis kelamin, sebesar 65% responden berjenis kelamin perempuan, di mana mereka lebih aktif dalam menggunakan layanan *Shopee Paylater* serta lebih cermat dalam mempertimbangkan keputusan keuangan yang diambil, ini mencerminkan bahwa tingkat literasi keuangan digital mereka lebih tinggi dibandingkan responden laki-laki. Berdasarkan usia, responden terbanyak berasal dari kelompok usia 21-24 tahun, yaitu sebesar 68%. Pada rentang usia tersebut, mayoritas responden masih berstatus sebagai mahasiswa dan belum memiliki pendapatan tetap,

sehingga masih bergantung pada dukungan finansial dari orang tua. Berdasarkan pendidikan, sebesar 59% di dominasi oleh individu dengan tingkat pendidikan SLTA/Sederajat, tingkat pendidikan yang lebih tinggi membuat generasi Z lebih adaptif sekaligus berkontribusi pada peningkatan literasi keuangan digital. Berdasarkan pekerjaan, pelajar/mahasiswa mendominasi dengan proporsi 67% yang mengindikasikan bahwa kelompok ini tidak hanya memiliki tingkat literasi keuangan digital yang baik, tetapi juga memiliki kebutuhan dan keinginan konsumsi yang tinggi terhadap produk-produk populer di kalangan mereka. Berdasarkan pendapatan, sebesar 35% responden memiliki pendapatan/uang saku berkisar Rp1.000.000-Rp2.000.000 per bulan, yang mengindikasikan bahwa layanan tersebut banyak dimanfaatkan oleh kelompok dengan keterbatasan finansial. Selanjutnya, hasil pengukuran tingkat literasi keuangan digital menunjukkan bahwa sebanyak 65% pengguna tergolong dalam kategori *well literate*. Capaian ini tidak terlepas dari jenjang pendidikan yang telah ditempuh generasi Z di Kota Banjarmasin.

Statistik Deskriptif

Tabel 1. Deskriptif Variabel Gaya Hidup (X1)

Butir	Skor Jawaban										N	Mean	Kategori
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5			
X1.1	3	3	3	3	4	4	63	63	27	27	100	4.08	Baik
X1.2	1	1	15	15	14	14	55	55	15	15	100	3.68	Baik
X1.3	1	1	9	9	12	12	47	47	31	31	100	3.98	Baik
X1.4	0	0	9	9	24	24	41	41	26	26	100	3.84	Baik
X1.5	5	5	15	15	23	23	40	40	17	17	100	3.49	Baik
X1.6	4	4	26	26	16	16	44	44	10	10	100	3.30	Cukup Baik
Mean											3.72	Baik	

Variabel gaya hidup secara keseluruhan memperoleh nilai rerata sejumlah 3.72 dan berada pada pada kategori baik. Hal ini memperlihatkan bahwa pola gaya hidup dari generasi Z di Kota Banjarmasin berperan baik dalam pengambilan keputusan penggunaan layanan *Shopee Paylater*.

Tabel 2. Deskriptif Variabel Literasi Keuangan Digital (X2)

Butir	Skor Jawaban										N	Mean	Kategori
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5			
X2.1	1	1	2	2	4	4	55	55	38	38	100	4.27	Sangat Baik
X2.2	2	2	2	2	6	6	49	49	41	41	100	4.25	Sangat Baik
X2.3	1	1	1	1	8	8	45	45	45	45	100	4.32	Sangat Baik
X2.4	2	2	1	1	2	2	51	51	44	44	100	4.34	Sangat Baik
X2.5	1	1	2	2	7	7	50	50	40	40	100	4.26	Sangat Baik
X2.6	1	1	2	2	4	4	44	44	49	49	100	4.38	Sangat Baik
X2.7	1	1	2	2	3	3	37	37	57	57	100	4.47	Sangat Baik
X2.8	2	2	1	1	4	4	47	47	46	46	100	4.34	Sangat Baik
X2.9	1	1	3	3	9	9	50	50	37	37	100	4.19	Baik
X2.10	2	2	6	6	21	21	47	47	24	24	100	3.85	Baik
Mean											4.26	Sangat Baik	

Variabel literasi keuangan digital secara keseluruhan memperoleh nilai rerata sejumlah 4.26 yang berarti ada pada kategori sangat baik. Hal ini mengindikasikan bahwa generasi Z yang menggunakan layanan *Shopee Paylater* di Kota Banjarmasin telah memiliki literasi keuangan digital yang tergolong sangat baik. Pengguna tidak sekedar mampu mengoperasikan layanan tersebut secara teknis, melainkan juga memiliki pemahaman yang memadai terhadap mekanisme layanan, meliputi

bunga, denda keterlambatan pembayaran, waktu jatuh tempo pembayaran, hingga prosedur pengaduan jika terjadi kendala atau kerugian.

Tabel 3. Deskriptif Variabel Keputusan Penggunaan (Y)

Butir	Skor Jawaban										N	Mean	Kategori
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
Y.1	2	2	15	15	20	20	43	43	20	20	100	3.64	Baik
Y.2	0	0	6	6	21	21	54	54	19	19	100	3.86	Baik
Y.3	2	2	10	10	17	17	50	50	21	21	100	3.78	Baik
Y.4	2	2	3	3	17	17	62	62	16	16	100	3.87	Baik
Y.5	2	2	15	15	23	23	41	41	19	19	100	3.60	Baik
Y.6	2	2	4	4	30	30	49	49	15	15	100	3.71	Baik
Y.7	1	1	4	4	10	10	63	63	22	22	100	4.01	Baik
Y.8	3	3	7	7	15	15	52	52	23	23	100	3.85	Baik
Mean												3.79	Baik

Rata-rata dari deskriptif variabel keputusan penggunaan sebesar 3.79 yang berarti ada pada kategori baik. Generasi Z pengguna layanan *Shopee Paylater* di Kota Banjarmasin telah menjadikan layanan ini sebagai pilihan alternatif pembayaran dibandingkan metode pembayaran atau *paylater* lainnya yang tersedia.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Tabel 4. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R-Hitung	R-Tabel	Sig.	Keterangan
Gaya Hidup (X1)	X1.1	0.583	0.196	<.001	Valid
	X1.2	0.606	0.196	<.001	Valid
	X1.3	0.734	0.196	<.001	Valid
	X1.4	0.705	0.196	<.001	Valid
	X1.5	0.749	0.196	<.001	Valid
	X1.6	0.716	0.196	<.001	Valid
Literasi Keuangan Digital (X2)	X2.1	0.745	0.196	<.001	Valid
	X2.2	0.799	0.196	<.001	Valid
	X2.3	0.731	0.196	<.001	Valid
	X2.4	0.768	0.196	<.001	Valid
	X2.5	0.628	0.196	<.001	Valid
	X2.6	0.635	0.196	<.001	Valid
	X2.7	0.682	0.196	<.001	Valid
	X2.8	0.828	0.196	<.001	Valid
	X2.9	0.753	0.196	<.001	Valid
	X2.10	0.722	0.196	<.001	Valid
Keputusan Penggunaan (Y)	Y.1	0.632	0.196	<.001	Valid
	Y.2	0.639	0.196	<.001	Valid
	Y.3	0.749	0.196	<.001	Valid
	Y.4	0.684	0.196	<.001	Valid
	Y.5	0.795	0.196	<.001	Valid
	Y.6	0.667	0.196	<.001	Valid
	Y.7	0.624	0.196	<.001	Valid
	Y.8	0.642	0.196	<.001	Valid

Seluruh item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi kriteria validitas yang ditandai oleh nilai korelasi setiap item yang melebihi nilai r tabel, serta taraf signifikansi yang sesuai dengan persyaratan yang berlaku, sehingga instrumen penelitian dinyatakan layak digunakan sebagai alat pengumpulan data.

Uji Reliabilitas

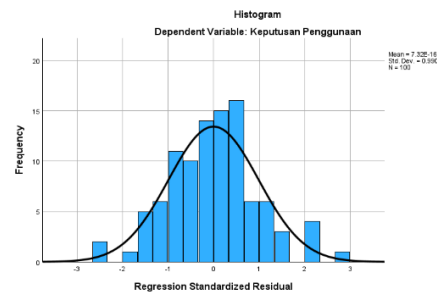
Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Gaya Hidup (X1)	0.772	Reliabel
2	Literasi Keuangan Digital (X2)	0.902	Reliabel
3	Keputusan Penggunaan (Y)	0.832	Reliabel

Seluruh nilai *Cronbach Alpha* pada uji reliabilitas memiliki nilai lebih besar dari 0.60 yang mengindikasikan seluruh instrumen dianggap reliabel dan jawaban responden akan tetap konsisten apabila pengukuran dilakukan secara berulang di kondisi yang sama.

Uji Asumsi Klasik

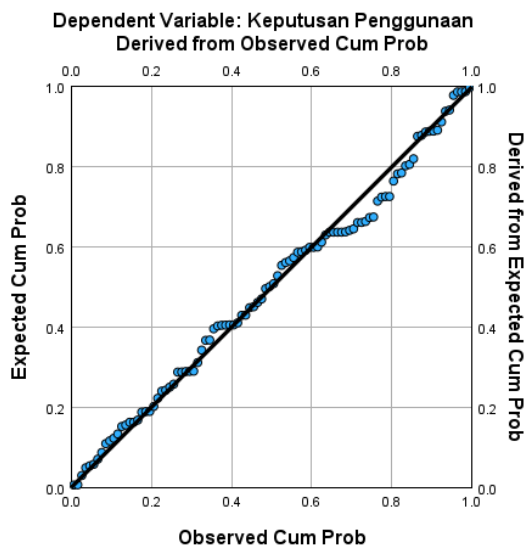
Uji Normalitas



Gambar 4. Hasil Histogram

Pola kurva simetris berbentuk lonceng yang terbentuk pada grafik histogram menandakan bahwa data dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 5. Hasil P-Plot

Hasil pengujian mengonfirmasi bahwa data dinyatakan terdistribusi normal, yang dibuktikan oleh penyebaran titik-titik residual yang mengikuti garis diagonal serta mengikuti arahnya. Hal tersebut mengindikasikan bahwa asumsi normalitas pada model regresi terpenuhi.

Tabel 6. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov (KS)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.54013172
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.083
	Negative	-.045
Test Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.084 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction		

Hasil pengujian diatas diperoleh nilai Asymp. Sig sebesar 0.084 > 0.05, yang mengindikasikan bahwa residual data dalam penelitian ini terdistribusi secara normal dan asumsi normalitas dalam model regresi terpenuhi.

Uji Multikolinearitas

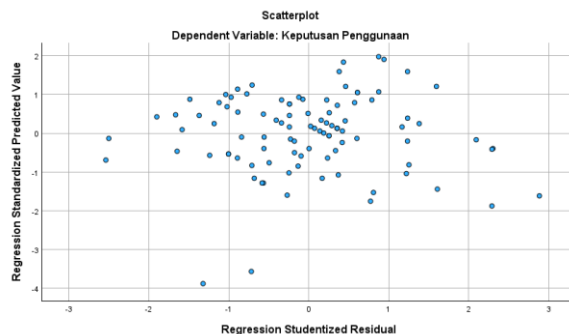
Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.905	2.886		2.046	.043		
	Gaya Hidup	.645	.099	.528	6.519	<.001	.827	1.209
	Literasi Keuangan Digital	.234	.069	.274	3.378	.001	.827	1.209
a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan								

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Nilai *tolerance* pada variabel gaya hidup dan literasi keuangan digital tercatat sebesar 0.827 dan memiliki nilai VIF yang masing-masing variabel sebesar 1.209. Dilihat dari nilai *tolerance* yang berada di atas batas minimum dan VIF yang jauh di bawah ambang yang ditentukan, maka dapat dipastikan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada kedua variabel independen dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Scatterplot

Pola sebaran titik-titik residual pada scatterplot bersifat acak dan tidak terkonsentrasi pada area tertentu di sekitar garis nol. Hal tersebut dapat dipastikan bahwa model regresi bebas dari gejala heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 8. Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a							
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
		B	Std. Error	Beta			
1	Constant	5.905	2.886		2.046	.043	
	Gaya Hidup	.645	.099	.528	6.519	<.001	
	Literasi Keuangan Digital	.234	.069	.274	3.378	.001	

a. Dependen Variabel: Keputusan Penggunaan

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Dengan memperhatikan angka-angka pada kolom *Unstandardized Coefficients Beta* (B), maka persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 5.905 + 0.645 X_1 + 0.234 X_2$$

Dalam persamaan tersebut, Y merepresentasikan keputusan penggunaan, sedangkan X1 menunjukkan gaya hidup dan X2 menunjukkan literasi keuangan digital. Nilai konstanta yang diperoleh sebesar 5.905 merepresentasikan nilai dasar variabel dependen ketika seluruh variabel independen bernilai nol. Adapun koefisien regresi variabel gaya hidup sejumlah 0.645 dan literasi keuangan digital sejumlah 0.234 mengindikasikan besaran kontribusi

masing-masing variabel independen dalam memengaruhi keputusan penggunaan.

Persamaan regresi yang diperoleh dapat dijelaskan melalui interpretasi sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sejumlah 5.905 memperlihatkan bahwa ketika seluruh variabel independen, yaitu Gaya Hidup dan Literasi keuangan Digital bernilai nol, maka Keputusan Penggunaan tetap berada di angka 5.905.
2. Nilai koefisien regresi variabel Gaya Hidup sejumlah 0.645 dengan arah positif, yang memperlihatkan bahwa setiap kenaikan satuan pada variabel gaya hidup akan berkontribusi pada peningkatan keputusan penggunaan sebesar 0.645. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi orientasi gaya hidup, maka kecenderungan untuk menggunakan layanan *Shopee Paylater* pada generasi Z di Kota Banjarmasin juga akan semakin meningkat.
3. Nilai koefisien regresi variabel Literasi Keuangan Digital sejumlah 0.234 dengan arah positif, yang memperlihatkan bahwa setiap kenaikan satuan pada variabel literasi keuangan digital akan berkontribusi pada peningkatan keputusan penggunaan sebesar 0.234. Hal tersebut menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan digital generasi Z di Kota Banjarmasin berkontribusi terhadap meningkatnya keputusan penggunaan layanan *Shopee Paylater*.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 9. Hasil uji t

Coefficients ^a							
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
		B	Std. Error	Beta			
1	Constant	5.905	2.886		2.046	.043	
	Gaya Hidup	.645	.099	.528	6.519	<.001	
	Literasi Keuangan Digital	.234	.069	.274	3.378	.001	
a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan							

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Berdasarkan uji parsial yang dilakukan, variabel gaya hidup memperoleh nilai t hitung 6.519 dengan nilai probabilitas signifikansi <0.001. Hasil ini mengarah pada penolakan H0 dan penerimaan H1, serta menunjukkan bahwa gaya hidup seseorang mampu memberikan pengaruh yang signifikan dalam membentuk keputusan generasi Z di Kota Banjarmasin untuk menggunakan layanan *Shopee Paylater*.

Sementara itu, variabel literasi keuangan digital memperoleh t hitung 3.378 dengan nilai probabilitas signifikansi 0.001. Hasil ini mengarah pada penolakan H0 dan penerimaan H2, serta menunjukkan bahwa literasi keuangan digital berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan penggunaan.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 10. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1117.039	2	558.520	43.665	<.,001 ^b
Residual	1240.721	97	12.791		
Total	2357.760	99			

a. Dependent variable: Keputusan Penggunaan
b. Predictors: (Constant), Literasi keuangan Digital, Gaya Hidup

Hasil output dari ANOVA diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 43.665 dengan nilai probabilitas signifikan sebesar <0.001 yang berada di bawah ambang batas taraf signifikansi 0,05. Oleh karena itu H_0 ditolak dan H_3 diterima, hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup dan literasi keuangan digital berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan penggunaan layanan *Shopee Paylater* pada generasi Z di Kota Banjarmasin.

Koefisien Determinasi

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.688 ^a	.474	.463	3.57644

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan
b. Predictors: (Constant) Literasi Keuangan Digital, Gaya Hidup

Hasil uji koefisien determinasi (R^2) dalam *model summary* dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai koefisien korelasi (R) yang diperoleh sebesar 0.688 mengindikasikan adanya tingkat hubungan antara variabel Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Digital dengan variabel Keputusan Penggunaan. Nilai tersebut berada pada rentang 0.60 hingga 0.799 dan termasuk dalam kategori hubungan yang kuat.
2. Nilai R Square sebesar 0.474 menunjukkan bahwa variabel Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Digital mempengaruhi variabel keputusan penggunaan sebesar 47.4%, sehingga sebesar 52.6% dipengaruhi variabel variabel lain yang tidak dikemukakan dalam penelitian ini.
3. Besarnya nilai Adjusted R Square sebesar 0.463 menggambarkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan yang moderat dalam menjelaskan variasi keputusan penggunaan, yakni sebesar 46,3%. Angka ini menunjukkan bahwa separuh lebih variasi keputusan penggunaan masih dipengaruhi oleh faktor lain.

PEMBAHASAN HASIL

Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Penggunaan

Hasil dari pengujian membuktikan bahwa gaya hidup dapat mempengaruhi secara signifikan keputusan generasi Z di Kota Banjarmasin untuk menggunakan layanan *Shopee Paylater*. Nilai koefisien yang positif menunjukkan bahwa hubungan antara keduanya bersifat searah, artinya semakin tinggi gaya hidup maka semakin meningkat keputusan penggunaan.

Mayoritas generasi Z di Kota Banjarmasin masih berstatus sebagai pelajar/mahasiswa, sehingga

belum memiliki sumber pendapatan yang stabil untuk mengakomodasi seluruh kebutuhan maupun keinginan mereka. Kondisi tersebut tidak mengurangi motivasi mereka untuk melakukan pembelian, melainkan mendorong mereka untuk mencari alternatif metode pembayaran. Pola perilaku tersebut dipengaruhi oleh gaya hidup hedonis, di mana mereka memiliki kebiasaan berbelanja yang berorientasi pada pencarian kesenangan dan kepuasan pribadi, sekalipun dengan kondisi finansial yang terbatas. Dalam mewujudkan keinginan tersebut, generasi Z memanfaatkan layanan *Shopee Paylater* melalui skema *Buy Now Pay Later* (BNPL) sebagai alternatif pembayaran yang memungkinkan pembelian tetap dapat dilakukan. Gaya hidup tersebut pada akhirnya menjadi pendorong munculnya perilaku konsumtif pada generasi Z yang tercermin dari pergeseran orientasi pembelian dari pemenuhan kebutuhan menuju pemenuhan keinginan atas produk-produk yang sedang tren dan memiliki daya tarik visual yang tinggi, seperti *fashion*, aksesoris, produk perawatan kecantikan, hingga produk bernilai tinggi, seperti perangkat elektronik dan gadget beserta aksesorisnya. Dengan demikian, layanan *Shopee Paylater* tidak lagi dipandang sebagai alat pembayaran, melainkan sebagai penunjang gaya hidup yang menawarkan kemudahan dan cara instan guna memperoleh barang yang diinginkan tanpa perlu melewati proses menabung dalam jangka waktu yang lama.

Hal ini sejalan dengan pernyataan dari (Kotler & Armstrong (2018) yang menyatakan bahwa gaya hidup seseorang tercermin dari kegiatan, minat, dan pendapat yang menggambarkan bagaimana seseorang menghabiskan waktunya dan menggunakan uangnya. Pada proses pengambilan keputusan penggunaan suatu layanan, individu tidak hanya mempertimbangkan fungsi layanan, tetapi juga nilai serta gaya hidup yang dapat diwakili layanan tersebut.

Pengaruh Literasi Keuangan Digital Terhadap Keputusan Penggunaan

Hasil dari pengujian membuktikan bahwa literasi keuangan digital mempengaruhi secara signifikan keputusan generasi Z di Kota Banjarmasin untuk menggunakan layanan *Shopee Paylater*. Nilai koefisien yang positif menandakan adanya bahwa hubungan antara keduanya bersifat searah, artinya peningkatan literasi keuangan digital pada generasi Z di Kota Banjarmasin akan berkontribusi terhadap meningkatnya keputusan penggunaan layanan *Shopee Paylater*.

Sebagian besar kelompok generasi Z di Kota Banjarmasin telah mencapai tahap *well literate* dalam hal literasi keuangan digital, sedangkan sebagian kecil berada pada kategori *sufficient literate* dan *less literate*. Hal ini sejalan dengan tingkat pendidikan generasi Z di Kota Banjarmasin, di mana tingkat pendidikan yang lebih tinggi memungkinkan individu

untuk memperoleh dan memahami informasi terkait produk keuangan digital, sehingga mendukung terbentuknya kemampuan keuangan digital yang lebih baik. Pada kategori *well literate*, pengguna tidak hanya mampu mengoperasikan layanan tersebut tetapi juga mengetahui dan memahami fungsi serta syarat dan ketentuan yang berlaku pada layanan tersebut seperti bunga, denda keterlambatan pembayaran, batas akhir pembayaran, hingga mekanisme penyampaian keluhan. Generasi Z juga menunjukkan sikap yang bertanggung jawab dalam penggunaan kreditnya, di mana pengguna memastikan untuk membayar tagihan tepat waktu. Selain itu, pengguna juga memiliki kesadaran yang tinggi akan adanya potensi risiko keuangan digital. Hal tersebut ditunjukkan melalui kesadaran mereka untuk mengamankan data pribadi dengan, serta membatasi akses terhadap informasi penting seperti PIN, Kode OTP, dan data pribadi lainnya kepada orang lain, serta memastikan keamanan perangkat digital sebelum bertransaksi. Namun, sebagian kecil generasi Z yang berada pada tingkat *sufficient literate* dan *less literate* hanya memiliki pemahaman sebatas fungsi dasar layanan tanpa diimbangi pengelolaan risiko yang baik. Keterbatasan pemahaman ini memicu kelalaian pengguna yang berdampak pada keterlambatan pembayaran tagihan

Rohmania *et al.*, (2025) dalam bukunya menjelaskan bahwa literasi keuangan digital berarti kemampuan seseorang untuk mengakses, memahami dan mengelola layanan keuangan digital, serta membuat keputusan yang tepat terkait masalah keuangan. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan digital, maka akan meningkatkan kepercayaan diri individu dalam menggunakan alat atau layanan keuangan digital, memahami dan mengelola keuangan, serta membuat keputusan yang tepat dalam penggunaan layanan *fintech*. Dukungan teoretis pada temuan ini juga diperoleh dari *Theory Planned Behavior* (TPB) yang telah dikembangkan oleh Ajzen (1991) dalam buku Apriliani, (2024) yang menyatakan bahwa literasi keuangan digital berperan dalam membentuk sikap positif sekaligus memperkuat persepsi kontrol diri terhadap penggunaan layanan *fintech*, sehingga keputusan penggunaan layanan keuangan digital akan menjadi lebih rasional dan terencana.

Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Digital Terhadap Keputusan Penggunaan

Hasil dari pengujian membuktikan bahwa gaya hidup dan literasi keuangan digital secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan pada keputusan generasi Z di Kota Banjarmasin dalam menggunakan layanan *Shopee Paylater*. Pengguna akan selalu mempertimbangkan berbagai faktor sebelum memutuskan untuk menggunakan suatu layanan. Faktor tersebut diantaranya adalah faktor

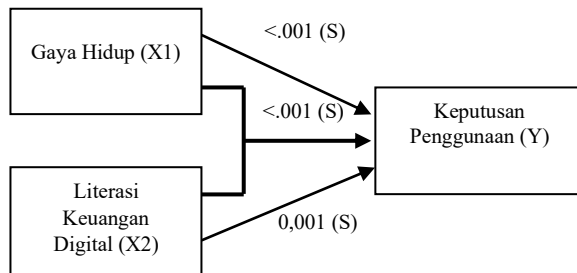
pribadi berupa gaya hidup dan faktor kognitif berupa literasi keuangan digital.

Gaya hidup yang dimiliki generasi Z berperan dalam keputusan penggunaan layanan *Shopee Paylater* yang tercermin melalui aktivitas konsumsi, minat mengikuti tren yang sedang populer, hingga kecenderungan memenuhi keinginan pribadi untuk membeli produk bernilai tinggi secara praktis dan instan. Sementara itu, tingkat literasi keuangan digital yang dimiliki generasi Z pengguna *Shopee Paylater* mayoritas berada pada kategori *well literate* dan sebagian kecil pada kategori *sufficient literate* dan *less literate*. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa tidak seluruh pengguna memiliki tingkat pemahaman dan kemampuan yang sama dalam mengelola penggunaan layanan *Shopee Paylater* dengan bijak. Akibatnya, generasi Z dengan tingkat literasi keuangan digital yang lebih rendah berpotensi menggunakan layanan ini secara impulsif dan berlebihan tanpa mempertimbangkan risiko jangka panjang.

Kecenderungan generasi Z dalam memilih layanan *Shopee Paylater* sebagai alternatif pembayaran ketika kondisi keuangan tidak mencukupi, disertai dengan kebiasaan penggunaan secara berulang dalam transaksi belanja online mencerminkan kuatnya keputusan penggunaan layanan tersebut di kalangan generasi Z di Kota Banjarmasin. Hal tersebut dikarenakan pengguna merasa layanan *Shopee Paylater* memberikan rasa aman, nyaman, mudah saat digunakan, sesuai dengan harapan pengguna, dan memberikan beberapa keuntungan, seperti proses aktivasi yang praktis, diskon hingga 100% untuk pengguna baru, gratis biaya pengiriman, tambahan *voucher cashback* sampai Rp50.000, dan cicilan pasti 0% di beberapa produk tertentu. Berbagai keuntungan dan pengalaman yang dirasakan membuat pengguna memiliki keinginan untuk menggunakan layanan tersebut dimasa mendatang, namun tetap dengan frekuensi penggunaan yang terkendali dan tidak berlebihan.

Lutfillah *et al.*, (2024) menjelaskan bahwa gaya hidup dengan perilaku konsumtif yang ditandai dengan kecenderungan memenuhi kebutuhan dan keinginan secara praktis dan instan mendorong individu menggunakan skema pembayaran BNPL. Selain itu, tingkat literasi keuangan digital yang tinggi mendorong seseorang untuk lebih yakin dan percaya diri dalam pengambilan keputusan penggunaan produk *fintech*.

Merujuk pada hasil analisis yang dilakukan, model akhir penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 7. Model Akhir Penelitian

Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan yang dialami peneliti dalam penelitian ini terdapat pada proses pengumpulan sampel yang sesuai dengan kriteria penelitian, mengingat objek penelitian ini berkaitan dengan perilaku keuangan pribadi. Selain itu, kurangnya informasi yang lebih spesifik mengenai batas nominal pembelian atau nilai transaksi minimum yang menjadi pertimbangan pengguna dalam memilih layanan *Shopee Paylater* sebagai metode pembayaran. Akibatnya, analisis terkait pola transaksi pengguna belum dapat dijelaskan secara mendalam

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan guna mengetahui dan menguji pengaruh signifikan secara parsial maupun simultan gaya hidup dan literasi keuangan digital terhadap keputusan generasi Z di Kota Banjarmasin untuk menggunakan layanan *Shopee Paylater*. Hasil analisis dan pengolahan data yang dilakukan telah berhasil menjawab seluruh rumusan masalah dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini telah menjawab rumusan masalah penelitian yang telah diajukan, dimana tingginya tingkat orientasi gaya hidup seseorang akan mempengaruhi keputusan pengguna layanan tersebut. Selain itu, literasi keuangan digital juga turut mempengaruhi keputusan generasi Z di Kota Banjarmasin dalam menggunakan layanan *Shopee Paylater*. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan digital seseorang maka akan meningkatkan keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam menggunakan layanan tersebut, sehingga keputusan penggunaan layanan keuangan digital akan menjadi lebih rasional dan terencana. Selanjutnya, analisis melalui uji F menunjukkan bahwa gaya hidup dan literasi keuangan digital secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan layanan *Shopee Paylater* pada generasi Z di Kota Banjarmasin.

Saran

1. Perusahaan perlu mempertimbangkan perluasan cakupan penggunaan fitur *Shopee Paylater Limit Xtra* sebagai fasilitas tambahan limit kredit yang tidak hanya ditujukan pada produk elektronik, tetapi juga pada produk bernilai tinggi lainnya. Upaya ini diharapkan dapat menjadi alternatif dalam mengatasi keterbatasan limit reguler pengguna serta memberikan kemudahan yang lebih optimal dalam memenuhi seluruh kebutuhan dan keinginan pengguna.
2. Perusahaan perlu mempertahankan kemudahan akses dan kejelasan informasi pusat bantuan agar kendala teknis pada akun *Shopee Paylater* dapat diselesaikan secara cepat oleh konsumen. Perusahaan disarankan untuk meningkatkan pemahaman pengguna melalui panduan infografis mekanisme pengaduan yang interaktif, serta sosialisasi langkah-langkah proteksi keamanan akun secara berkala. Upaya ini diharapkan dapat meminimalkan risiko keterbatasan penanganan masalah, sekaligus meningkatkan rasa aman dan kepercayaan pengguna.
3. Perusahaan perlu mempertahankan standar kualitas pelayanan, keandalan sistem, dan keamanan transaksi agar layanan *Shopee Paylater* tetap mendapatkan penilaian positif dari konsumen. Upaya ini diharapkan dapat memperkuat loyalitas pengguna serta mendorong kesediaan mereka untuk merekomendasikan keunggulan layanan tersebut kepada orang lain.
4. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk menggunakan metode atau pendekatan eksploratif, seperti metode kualitatif guna memperoleh pemahaman atau gambaran yang lebih mendalam mengenai perilaku, motivasi, serta pertimbangan generasi Z dalam penggunaan layanan *Shopee Paylater*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen. (1991). *The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 179–211.
- Ammar, Pakkawaru, I., Asriyana, Nizmayavira, & Masykur, I. (2025). The Influence of Digital Financial Literacy and Security on Customer Decisions in Using the *Livein by Mandiri Application* (A Study at Bank Mandiri KCP Donggala). *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 7(2), 277–300.
- Angelita, D. O., & Wikartika, I. (2025). Online Loan Usage Decisions of Gen Z Surabaya in Terms of OJK Regulation, Locus of Control, Perceived Convenience, and Lifestyle. *Amkop Management Accounting Review (AMAR)*, 5(2), 53–64.
- Apriliani, R. (2024). *Literasi Keuangan Berbasis Teknologi Digital: Teori dan Implementasinya*. Literasi Nusantara. Malang.

- Databoks. (2025). *Ini Layanan Fintech yang Banyak Digunakan Warga RI Mei 2025*. diakses 22 November 2025 dari Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/keuangan/statistik/6879e2188de19/ini-layanan-fintech-yang-banyak-digunakan-warga-ri-mei-2025>
- Dimock, M. (2019). Defining generations: Where Millennials End and Generation Z Begins. *Pew Research Center*, 17(1), 1–7.
- Finance, C. (2026). *Commerce Finance*. Commerce Finance.Com. diakses dari <https://commerce-finance.com/product>
- Finance, P. C. (2024). *2024 Sustainability Report PT Commerce Finance*.
- Institute, I. R. (2025). Media Habits Shaping Indonesian Millennials and Gen Z. *IDN Research Institute*, 1–169.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing. In *Early Greek Mythography, Vol. 1: Texts* (17th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. lane. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Kredivo, & Center, K. I. (2024). Laporan Perilaku Pengguna PayLater Indonesia 2024.
- Lubis, A. S., & Handayani, R. (2022). *Generasi Z dan Entrepreneurship: Studi Teoretis Minat Generasi Z dalam Berwirausaha*. PT Jawa Mediasindo Lestari. Bogor.
- Lutfillah, N. Q., Hapsari, A. P., & Candrawati, T. (2024). Determinants of Students' Decisions to Use Paylater Digital Financial Products. *BASKARA: Journal of Business and Entrepreneurship*, 7(1), 42–54.
- Mariyani, K., & Risanta, M. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Perilaku Pembelian Impulsif Terhadap Penggunaan Shopee Paylater Pada Generasi Z di Banjarmasin. *ECo-Fin: Economics and Financial*, 7(2).
- Ramadhan, D., Asri, H. R., Gisijanto, H. A., Hartanti, N. D., & Setyarini, E. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Digital Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS pada Generasi Muda. *Lentera Bisnis Manajemen*, 01(04).
- Rhamadan, D., Susanti, N., & Dennis. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Digital Dan Gaya Hidup Konsumtif Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater Pada Mahasiswa Gen Z (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Dehasen Bengkulu). *Journal of Law, Social Science, and Management Review*, 2(1), 1–8.
- Rohmania, A. S., Nurhapsari, R., Sholihah, E., Susilowati, H., Ariyani, D., & Zaenuri, A. (2025). *Kesejahteraan Women Entrepreneurs Muslim: Keuangan Digital Sebagai Solusi*. Eureka Media Aksara. Purbalingga.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior*. Pearson Education Limited.
- Setiyono, W. P. (2021). *Financial Technology*. UMSIDA Press. Sidoarjo.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap Dalam Iklan (Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi)*. Alfabeta. Bandung
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2022). *Manajemen dan Strategi Kepuasan Pelanggan*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Zakiyyah, A. M., Fadah, I., Paramu, H., & Awwaliah, I. N. (2023). *Literasi (Keuangan, Informasi Digital dan Keuangan Digital)*. UM Jember Press. Jember.