



Dampak Penggunaan Aplikasi *Paylater* Terhadap Gaya Hidup Masyarakat

Alvida Dzattadini¹, Maya Anisa Nurpadilah², Riska Angraeni³, Vyanara Aulyadisha⁴,
Radita Dian Eka Mauldya⁵, Rama Wijaya Abdul Razak⁶

¹⁻⁶Universitas Pendidikan Indonesia

Email: alvidadzattadini@upi.edu¹, mayanisan1@upi.edu², riskasiregarr.3104@upi.edu³,
aulyadishav@upi.edu⁴, raditadian@upi.edu⁵, ramawijaya@upi.edu⁶

Alamat: Jl. Dr. Setiabudi No.229, Kec. Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat 40154

Korespondensi penulis: alvidadzattadini@upi.edu

Abstract. This research aims to examine the impact of using the *Paylater* application on the lifestyle of people who are still not wise in using the *paylater* application. This research uses a quantitative approach method with the target population, namely the general public who use *PayLater* services or have used *Paylater* before. 114 respondents were selected using a questionnaire method using a Google form to conduct an online survey and collect data. The research results show that people rarely use *paylater* applications in daily use. Because *paylater* services have negative impacts, such as getting into debt if you use *paylater* excessively, then impulsive purchases due to easy access to *paylater* can encourage unplanned impulse purchases and other losses. And unwise use of *paylater*s can have a negative impact on people's lifestyles and people's finances. This research contributes to the understanding of the negative consequences of *paylater* for unwise users. This aims to help *paylater* service providers to increase education and financial literacy for their users, as well as encourage stricter regulations to minimize the potential for *paylater* abuse.

Keywords: *Paylater*, Lifestyle, *Paylater* Loss, *Paylater* Profit, Online Shopping

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dampak penggunaan aplikasi *paylater* terhadap gaya hidup masyarakat yang masih belum bijak dalam penggunaan aplikasi *paylater*. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan populasi sasaran yaitu masyarakat luas yang menggunakan layanan *paylater* atau pernah menggunakan *paylater* sebelumnya. 114 responden dipilih dengan metode kuesioner menggunakan formulir Google untuk melakukan survei online dan mengumpulkan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat jarang menggunakan aplikasi *paylater* dalam penggunaan sehari-hari. Sebab layanan *paylater* mempunyai dampak negatif, seperti terjerat hutang jika menggunakan *paylater* secara berlebihan lalu pembelian impulsif dikarenakan kemudahan akses *paylater* dapat mendorong pembelian impulsif yang tidak direncanakan dan kerugian yang lainnya. Serta penggunaan *paylater* yang tidak bijak dapat membawa dampak negatif bagi gaya hidup masyarakat dan keuangan masyarakat. Penelitian ini berkontribusi pada pemahaman tentang konsekuensi negatif *paylater* bagi pengguna yang kurang bijak. Hal ini bertujuan untuk membantu penyedia layanan *paylater* untuk meningkatkan edukasi dan literasi keuangan kepada penggunanya, serta mendorong regulasi yang lebih ketat untuk meminimalisir potensi penyalahgunaan *paylater*.

Kata kunci: *Paylater*, Gaya Hidup, Kerugian *Paylater*, Keuntungan *Paylater*, Belanja Online

PENDAHULUAN

Kemudahan akses terhadap teknologi finansial mengakibatkan meningkatnya permintaan terhadap layanan perbankan online, hal ini menyebabkan pergeseran gaya hidup masyarakat yang tidak sesuai ekspektasi. Dalam beberapa tahun terakhir, terhitung pada tahun 2018, hadir metode pembayaran baru yang diperkenalkan kepada masyarakat, yaitu teknologi *paylater* atau beli sekarang, bayar nanti. *Paylater* memiliki fungsi yang serupa dengan kartu kredit, namun memiliki keunggulan yang memudahkan penggunanya dalam melakukan penyetoran dibandingkan dengan kartu kredit. *Paylater* juga dapat memudahkan penggunanya

dalam memenuhi kebutuhannya seperti pembelian tiket, pemesanan penginapan, makanan, pakaian, bahkan perbaikan. Setelah itu, pengguna dapat membayar setiap tenggat jatuh tempo yang sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.

Setelah sistem pembayaran *paylater* diterapkan, pelanggan seringkali mengikuti keinginan untuk membeli barang yang menurutnya menarik ataupun spontan (Widawati, 2011). Dalam hal ini konsumen cenderung lebih mungkin untuk membeli barang-barang yang mereka anggap menarik atau mengikuti keinginan mereka tanpa perlu membayar segera. Gaya hidup yang tidak disesuaikan dengan kemampuan finansial seseorang juga dapat mendorong seseorang melakukan apa saja, termasuk melakukan pembelian dengan fitur *paylater* secara impulsif tanpa disertai dengan pengetahuan literasi keuangan yang baik (Widiastuti et.al. (2023). Hal ini mengakibatkan peningkatan dalam pembelian impulsif atau pembelian berdasarkan keinginan daripada kebutuhan yang sebenarnya dan sistem *paylater* memungkinkan konsumen untuk menunda pembayaran. Hal ini dapat mengubah perilaku konsumsi menjadi lebih impulsif tanpa memikirkan konsekuensi bunga dan denda ketika telat dalam melakukan pembayaran sesuai waktu yang ditentukan.

Meskipun penelitian-penelitian sebelumnya telah mengeksplorasi dampak penggunaan *paylater* terhadap perilaku impulse buying, artikel ini akan lebih fokus terhadap pengaruh penggunaan aplikasi *paylater* terhadap gaya hidup masyarakat termasuk mahasiswa yang masih belum bijak dalam penggunaan aplikasi *paylater*. Penelitian ini akan memfokuskan pada masyarakat sebagai target penelitian. Dengan harapan, penelitian ini dapat memberikan pemahaman mengenai dampak ketergantungan pada penggunaan aplikasi *paylater* ini terhadap gaya hidup masyarakat.

Studi yang pernah dilakukan, seperti yang dilaporkan oleh Farhan (2020) dan Widawati (2011), menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi *paylater* dapat memperkuat perilaku konsumtif dengan pembelian impulsif dan meningkatkan risiko terjerumus dalam siklus hutang. Dampak negatif tersebut menekankan perlunya strategi edukasi dan literasi keuangan, bersama dengan kebijakan yang menjaga tanggung jawab dan perlindungan konsumen. Meskipun penelitian bertujuan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang efek positif dan negatif *paylater*, tantangan seperti keterbatasan data dan diversitas pengguna perlu diatasi. Faktor eksternal seperti budaya dan ekonomi juga perlu dipertimbangkan. Penelitian ini relevan untuk memahami dan mengelola penggunaan *paylater* yang semakin populer, dengan tujuan mendorong penggunaan yang bijak sesuai kemampuan finansial.

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang efek positif dan negatif penggunaan *paylater*. Tujuannya adalah mendorong penggunaan *paylater* yang bijak, sesuai dengan kemampuan finansial, serta membantu pembuatan kebijakan yang

melindungi konsumen dan mengurangi dampak negatif. Kendati demikian, keterbatasan data dan diversitas pengguna menjadi tantangan dalam menghasilkan generalisasi yang akurat. Faktor eksternal seperti budaya dan ekonomi juga perlu dipertimbangkan. Meskipun sulit mengubah perilaku, penelitian ini tetap relevan untuk memahami dan mengelola penggunaan *paylater* yang semakin populer.

KAJIAN TEORITIS

Gaya Hidup Masyarakat

Laksono dan Iskandar (2018) menjelaskan bahwa gaya hidup adalah sikap seseorang ketika menggambarkan masalah yang nyata dan berada di dalam pikirannya, apa yang cenderung diasosiasikan dengan masalah psikologis dan emosional, serta apa yang menjadi minatnya. Angel et.al menyatakan bahwa gaya hidup dapat diukur dengan memperhatikan aspek aktivitas, sikap, ketertarikan dan pendapat konsumen. Indikator yang mempengaruhi gaya hidup menurut Armstrong terbagi menjadi dua, yaitu faktor internal yang terdiri dari sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, motif, persepsi, dan konsep diri. Lalu faktor eksternal seperti keluarga, kelompok referensi dan kelas social. Menurut teori kebutuhan yang dikemukakan oleh Maslow manusia memiliki tingkatan bersusunan secara hierarkis.



Gambar 1. Diagram Kebutuhan Abraham Maslow

Diagram tersebut berjumlah lima tingkatan yaitu:

1. Kebutuhan fisiologi
2. Kebutuhan keamanan
3. Kebutuhan sosial
4. Kebutuhan penghargaan
5. Kebutuhan aktualisasi diri

Keterkaitan antara aspek yang diteliti dengan teori ini adalah gaya hidup masyarakat atau seseorang itu sangat dipengaruhi oleh tingkat kebutuhan yang ingin dipenuhi oleh dirinya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Objek penelitian ini ditujukan kepada masyarakat luas yang menggunakan layanan *paylater* atau pernah menggunakan *paylater* sebelumnya. Penelitian ini telah mendapatkan 114 responden dengan metode kuesioner yang disebar melalui media sosial WhatsApp dan Twitter. Metode ini dilakukan untuk mengetahui dampak baik dan buruk *paylater* terhadap pemakainya. Kuesioner untuk penelitian ini menggunakan alat digital yang disebut Google Form. Ini berarti pertanyaan kuesioner dimasukkan ke dalam Google Form dan kemudian dibagikan secara digital kepada responden melalui link atau tautan. Penelitian ini menggunakan jawaban terbuka dan pertanyaan tertutup. Jawaban terbuka memberi kesempatan kepada responden untuk menjawab secara bebas dan menyeluruh, sementara pertanyaan tertutup hanya memungkinkan mereka memilih dari opsi jawaban yang disediakan seperti sangat setuju, setuju sampai sangat sering, netral, jarang. Kuesioner yang telah disebar dibagi menjadi empat bagian, meliputi karakteristik responden, penggunaan *paylater*, dampak *paylater* terhadap gaya hidup, dan rekomendasi untuk layanan *paylater*, dengan total 19 pertanyaan-pertanyaan dan jawaban yang diperoleh akan menghasilkan pemahaman terhadap keadaan ekonomi serta gaya hidup, keputusan dalam menggunakan layanan *paylater* dalam berbelanja.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Karakteristik Responden

Pertanyaan	Kategori	F	%
Usia	16-25	102	89,2%
	26-45	7	6%
	46-63	5	4,2%
Jenis Kelamin	Laki-laki	45	39,5%
	Perempuan	69	60,5%
Pendidikan	SMA/Sederajat	75	65,8%
	D3	5	4,4%
	S1	31	27,2%
	S2	2	1,8%
	S3	1	0,9%
Pekerjaan	Bekerja	22	80,6%
	Tidak Bekerja	92	19,4%
Penghasilan	<Rp0-Rp5.000.000	95	83,3%
	Rp5.000.000-Rp10.000.000	15	13,2%
	Rp10.000.000-Rp20.000.000	3	2,7%
	>Rp20.000.000	1	0,8%

Pada tabel 1 menunjukkan bahwa responden didominasi oleh remaja perempuan usia 16-25 tahun dengan tingkat pendidikan SMA/Sederajat dan belum memiliki pekerjaan.

Tabel 2. Penggunaan *Paylater*

No	Pertanyaan	Kategori	F	%
1	Seberapa sering dalam menggunakan layanan <i>paylater</i>	Sangat sering	8	6,7%
		Sering	19	16,7%
		Kadang-kadang	16	14%
		Jarang	20	17%
		Sangat jarang	51	45,6%
2	Keuntungan utama menggunakan layanan <i>paylater</i>	Memudahkan pembelian	61	53,5%
		Meningkatkan daya beli	28	24,6%
		Membantu saat keuangan terbatas	82	71,9%
		Mendorong pembelian impulsif	21	18,4%
		Lainnya	6	5,4%
			0	0%
3	Kekurangan utama menggunakan layanan <i>paylater</i>	Bunga dan denda tinggi	46	40,4%
		Risiko terjerat hutang	66	57,9%
		Memicu gaya hidup konsumtif	75	65,8%
		Menyulitkan pengelolaan uang	46	40,4%
		Lainnya	2	1,8%
4	Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menggunakan <i>paylater</i>	Promo dan diskon	52	45,6%
		Kemudahan dan kecepatan	50	43,9%
		Pengaruh teman dan keluarga	14	12,3%
		Kebutuhan dan keinginan	63	55,3%
		Lainnya	9	8,1%

Mayoritas responden dalam penggunaan layanan *paylater* adalah jarang atau sangat jarang, ini menandakan bahwa metode pembayaran ini belum umum digunakan dalam masyarakat. Hanya sebagian kecil yang menggunakan *paylater* secara sering atau sangat sering, menunjukkan bahwa masih banyak yang belum akrab dengan layanan ini atau belum yakin untuk menggunakannya. Tetapi masyarakat memiliki asumsi tentang kemudahan penggunaan aplikasi *Paylater* seperti memudahkan dalam pembelian, meningkatkan daya beli dan membantu saat keuangan terbatas. Menurut definisi Chin dan Todd (2015, hlm. 154), kemudahan penggunaan adalah tingkat di mana teknologi informasi dapat dipahami dan digunakan oleh berbagai kalangan masyarakat. Dengan demikian semakin besar kemudahan yang dirasakan oleh pengguna, semakin tinggi pula minat mereka untuk menggunakannya. Namun, asumsi negatif lebih di pertimbangkan oleh masyarakat seperti risiko terjerat hutang, kesulitan dalam pengelolaan uang dan gaya hidup yang memunculkan perilaku konsumtif merupakan kekurangan utama dalam penggunaan *paylater*. Sehingga masyarakat masih jarang menggunakannya. Menurut Rizqiah (2017), risiko memiliki dua aspek: kesempatan sebagai dampak positif dan ancaman sebagai dampak negatif. Perilaku konsumtif ialah perilaku boros dalam belanja tanpa memikirkan secara matang dan jangka panjang. Menurut Supriyanto (2022), mengungkapkan bahwa perilaku konsumtif merupakan kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tidak terbatas, membeli sesuatu yang berlebihan atau secara tidak

terencana. Faktor-faktor lainnya yang mendorong minat masyarakat seperti promo dan diskon, kemudahan dan kecepatan, serta pengaruh dari teman dan keluarga.

Tabel 3. Pengaruh *Paylater* Terhadap Gaya Hidup

No	Pertanyaan	Kategori	F	%
1	Seberapa besar pengaruh layanan <i>paylater</i> terhadap kebiasaan berbelanja	Sangat besar	12	10,5%
		Besar	27	23,7%
		Sedang	26	22,9%
		Kecil	17	14,8%
		Sangat kecil	32	28,1%
2	Apakah anda merasa lebih mudah membeli barang-barang yang tidak anda butuhkan saat menggunakan <i>paylater</i>	Sangat setuju	12	10,5%
		Setuju	37	32,5%
		Kadang-kadang	30	26,3%
		Tidak setuju	22	19,3%
		Sangat tidak setuju	13	11,4%
3	Apakah anda merasa terbebani dengan cicilan <i>paylater</i>	Sangat terbebani	12	10,5%
		Terbebani	25	21,9%
		Kadang-kadang	36	31,6%
		Tidak terbebani	30	26,4%
		Sangat tidak terbebani	11	9,6%
4	Apakah anda pernah mengalami kesulitan dalam membayar tagihan <i>paylater</i>	Sangat sering	1	0,9%
		Sering	6	5,3%
		Kadang-kadang	30	26,3%
		Jarang	29	25,4%
		Sangat jarang	48	42,1%
5	Apakah anda merasa layanan <i>paylater</i> membantu anda dalam meningkatkan gaya hidup	Sangat setuju	10	8,8%
		Setuju	31	27,2%
		Kadang-kadang	43	37,7%
		Tidak setuju	19	16,7%
		Sangat tidak setuju	11	9,6%
6	Apakah anda merasa layanan <i>paylater</i> membuat anda lebih boros	Sangat setuju	1	0,9%
		Setuju	25	21,9%
		Kadang-kadang	23	20,2%
		Tidak setuju	36	31,6%
		Sangat tidak setuju	29	25,4%

Berdasarkan data dalam Tabel 3. terlihat bahwa layanan *paylater* tidak terlalu berpengaruh terhadap gaya hidup masyarakat. Gaya hidup memegang peran penting dalam menganalisis bagaimana konsumen berperilaku ketika memutuskan untuk melakukan pembelian. Seseorang cenderung memilih produk, layanan, atau aktivitas tertentu karena dipengaruhi oleh faktor-faktor khusus dalam gaya hidup mereka (Wardoyo & Andini, 2017). Tetapi masyarakat berpendapat bahwa penggunaan layanan ini dapat menimbulkan kebiasaan dalam berbelanja menjadi tinggi seiring dengan meningkatnya pendapatan. Hal ini dapat menunjukkan asumsi masyarakat bahwa penggunaan *paylater* mendorong konsumsi barang-barang yang tidak dibutuhkan. Meskipun sebagian besar pengguna tidak mengalami kesulitan dalam membayar tagihan, namun terdapat beberapa yang mengalami masalah dalam membayar tagihan tersebut, adapun sebagian lainnya memiliki pendapat bahwa layanan ini membantu dalam meningkatkan gaya hidup, sehingga diindikasikan adanya kecenderungan untuk menjadi boros. Ini menandakan adanya potensi negatif dalam penggunaan *paylater*. Karena asumsi negatif ini masyarakat masih ragu dalam penggunaan *paylater*. Di sisi lain

terdapat pendapat tentang kemudahan akses yang diberikan layanan *paylater* sehingga dapat membantu seseorang dalam berbelanja untuk membeli barang yang dibutuhkan di saat mereka tidak memiliki dana. Menurut Krempel dan Beyerer (dalam Asja et al., 2021) mengemukakan bahwa persepsi kemudahan adalah sampai mana seseorang menganggap teknologi atau sistem dapat digunakannya dengan mudah. Tetapi kemudahan ini dapat membawa risiko seseorang membeli barang yang sebenarnya di luar kemampuan keuangannya. Ini selaras dengan penelitian Taherdoost (2018) yang mengungkapkan bahwa kemudahan dalam penggunaan memiliki pengaruh yang besar terhadap perilaku penggunaannya. Prastiwi dan Fitria (2021, hlm.427) menjelaskan *paylater* Idealnya mirip dengan kartu kredit, di mana perusahaan digital menanggung pembayaran awal saat membeli produk. Kemudian, bisa membayar tagihannya sesuai jatuh tempo bulan berikutnya, dengan jangka waktu disesuaikan dengan tenor yang di pilih, hal yang harus di perhatikan ketika ingin menggunakan layanan *paylater* yaitu seperti ada biaya tambahan dan bunga, *paylater* bukan membantu untuk membeli barang dengan mudah. Namun, meminta untuk membeli barang dan membebankan bunga serta biaya tambahan. Kalau pun sebenarnya punya uang yang cukup, karena ada iming-iming akhirnya memilih membeli dulu dan membayar nanti.

Tabel 4. Rekomendasi untuk Layanan *Paylater*

No	Pertanyaan	Kategori	F	%
1	Apakah anda akan merekomendasikan layanan <i>paylater</i> kepada orang lain	Sangat setuju	1	0,9%
		Setuju	25	21,9%
		Netral	22	19,3%
		Tidak setuju	37	32,5%
		Sangat tidak setuju	29	25,4%
2	Apa yang perlu dilakukan untuk meningkatkan layanan <i>paylater</i>	Menurunkan bunga dan denda	60	52,6%
		Memperjelas informasi tentang layanan	47	41,2%
		Meningkatkan edukasi dan literasi keuangan	76	66,7%
		Memperketat regulasi	32	28,1%
		Lainnya	1	0,9%
3	Bagaimana seharusnya masyarakat menggunakan layanan <i>paylater</i> dengan bijak	Hanya digunakan untuk kebutuhan mendesak	81	71,1%
		Memastikan kemampuan finansial	56	49,1%
		Membuat anggaran yang jelas	22	19,3
		Membayar tagihan tepat waktu	71	62,3%
		Menghindari pembelian implusif	44	38,6%
		Lainnya	1	0,9%
4	Bagaimana pendapat anda tentang regulasi layanan <i>paylater</i> saat ini	Sangat baik	5	4,4%
		Baik	45	39,5%
		Standar	30	26,3%
		Kurang baik	22	19,3%
		Sangat kurang baik	11	9,6%

Berdasarkan data dalam Tabel 4. mayoritas responden memilih untuk tidak merekomendasikan layanan *paylater* kepada orang lain. Namun, di sisi lain terdapat keinginan para responden untuk meningkatkan layanan *paylater*, seperti menurunkan bunga dan denda, serta saran untuk meningkatkan edukasi literasi terhadap keuangan. Hal ini selaras dengan

penelitian Rochaniah & Sari (2021), pentingnya memasyarakatkan literasi keuangan digital kepada konsumen, termasuk mahasiswa generasi milenial dan masyarakat umum. Menurut Arganara & Lutfi (2019) mengungkapkan bahwa literasi keuangan adalah sebuah kompetensi yang dimiliki seseorang dalam mengelola keuangannya secara bijak. Hal ini dianggap dapat meningkatkan pemahaman tentang keuangan, yang kemudian berdampak pada cara kita memilih untuk berbelanja online. Dalam penggunaan layanan *paylater* masyarakat diharapkan agar menggunakannya secara bijak, digunakan saat kebutuhan mendesak saja, memastikan kemampuan dalam finansial dan dapat membayar tagihan dengan tepat waktu. Hal ini menunjukkan adanya kesadaran potensi risiko akan penggunaan *paylater*. Risiko adalah peluang terjadinya dampak buruk yang tidak diinginkan (Dewi & Tarigan, 2022). Meskipun di sisi lain terdapat mayoritas responden menilai bawa regulasi layanan *paylater* saat ini dinilai baik, tetapi masih ada ruang untuk memperbaiki sistem perlindungan konsumen, meningkatkan kualitas layanan dan edukasi mengenai keuangan kepada masyarakat agar dapat digunakan secara bijak

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari data yang dijabarkan, dapat disimpulkan bahwa meskipun mayoritas responden memiliki asumsi positif tentang kemudahan penggunaan layanan *paylater*, namun masih ada kekhawatiran akan risiko terjerat hutang dan denda yang tinggi sehingga hal inilah yang membuat masyarakat masih jarang menggunakan layanan *paylater*. Meskipun demikian, layanan *paylater* dianggap praktis ketika akan membeli barang yang dibutuhkan saat kondisi terdesak. Disamping itu, terdapat keinginan untuk meningkatkan layanan dengan menurunkan bunga dan denda, serta meningkatkan literasi keuangan di masyarakat. Kesadaran akan risiko dan perlunya penggunaan yang bijak juga disoroti. Oleh karena itu, diperlukan upaya lebih lanjut dalam meningkatkan perlindungan konsumen, kualitas layanan, dan edukasi keuangan agar layanan *paylater* dapat digunakan secara lebih bijak dan optimal oleh masyarakat.

DAFTAR REFERENSI

- Aini, F., Maulidiyah, R., & Hidayanto, M. F. (2022). *Volume 14 Issue 1 (2022) Pages 83-90 JURNAL MANAJEMEN ISSN: 0285-6911 (Print) 2528-1518 (Online) Pengaruh gaya hidup dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian. 14(1), 83–90. <https://doi.org/10.29264/jmmn.v14i1.10638>*
- Ardiyanti, N., Nasikah, D. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Akses Paylater Dan Keinginan Terhadap Perilaku Implusif Buying Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Muhammadiyah Bisnis Center (MBC) Kota Metro). *Jurnal Manajemen di Versifikasi, 2(4)*.

- Arganara, T. (2021). Pengaruh niat berperilaku, kecerdasan spiritual dan literasi keuangan terhadap pengelolaan keuangan keluarga. *Journal of Businnes and Banking*, 9(1), 142. https://www.researchgate.net/publication/342042937_Pengaruh_niat_berperilaku_kecerdasan_spiritual_dan_literasi_keuangan_terhadap_pengelolaan_keuangan_keluarga
- Asja, H. J., Susanti, S., & Fauzi, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Paylater: Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta (The Influence of Perceived Usefulness, Ease of Use and Income on Interest in Using Paylater: A Case Study of People in DKI Jakarta). *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen (Jakman)*, 2(4), 309–325. <https://www.penerbitgoodwood.com/index.php/Jakman/article/view/495>
- Azzahra, D., Fatira, M., & Medan, P. N. (2023). Pengaruh diskon dan gaya hidup islami terhadap keputusan pembayaran menggunakan shopeepaylater pada shopee. *Konferensi Nasional Social Dan Engineering Politeknik Negeri Medan Tahun*, 222–229.
- Dewi, S. K., & Tarigan, A. A. (2022). Pengaruh Religiusitas, Risiko, Penanganan Keluhan Konsumen Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 9(3), 1544–1560. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v9i3.44486>
- Laksono, D. D., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Helm Kbc. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(2), 145–154. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v3i2.113>
- Laura Putri Anggraini, & Hudaniah, H. (2023). Hubungan self control dengan perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa rantau. *Cognicia*, 11(2), 140–148. <https://doi.org/10.22219/cognicia.v11i2.28074>
- Maharani, N. I., Arsa, & Noor, F. S. (2023). Pengaruh kepercayaan, gaya hidup dan pengaruh sosial terhadap minat penggunaan shopee paylater pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN STS Jambi. *Jurnal Sains Student Research*, 1(2), 130–143. <https://doi.org/10.61722/jssr.v1i2.120>
- Mellisa, M., & Rosmida, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Promosi Penjualan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Paylater. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 9(1), 41–51. <https://doi.org/10.47686/jab.v9i1.582>
- Ningsih Wijaya, A., Hanik, U., Wulandari, W., Nabila, N., & Kustina, L. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Risiko dan Keamanan Terhadap Impulse Buying Pengguna Spaylater di Kabupaten Bekasi. *GLOBAL: Jurnal Lentera BITEP*, 2(01), 28–41. <https://doi.org/10.59422/global.v2i01.185>
- Prastiwi, I. E., & Fitria, T. N. (2021). Konsep Paylater Online Shopping dalam Pandangan Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 425. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1458>
- Putu, N., Anggraeni, N., & Darma, G. S. (2023). Pengaruh Kemudahan, Risiko, Gaya Hidup, dan Kepercayaan Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater di Indonesia. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 7(2), 625–639. <https://doi.org/10.29408/jpek.v7i2.21450>

- Saputra, V. R. J., & Sudarwanto, T. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopeepaylatermasyarakat Kota Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(2), 168.
- Sari, E. A., Latifah, I., & Ararizki, M. A. (2023). IJM : Indonesian Journal of Multidisciplinary Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim. *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 1(1), 387–400. <https://journal.csspublishing.com/index.php/ijm/article/view/144%0Ahttps://journal.csspublishing.com/index.php/ijm/article/download/144/93>
- Sari, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(1), 44–57. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v7i1.2058>
- Selvi, R., Moh, M., & Moh, F. (2023). Pengaruh Religiositas, Prinsip Konsumsi, dan Gaya Hidup Islami Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Paylater Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 6(1), 32–43. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei>
- Taherdoost, H. (2018). A review of technology acceptance and adoption models and theories. *Procedia Manufacturing*, 22, 960–967. <https://doi.org/10.1016/j.promfg.2018.03.137>
- Wati, T. A., Anjani, H. P., I.J, L. R., Sinaga, L. F., Minallah, N., Nirawati, L., & Samsudin, A. (2022). *Journal Manajemen dan Bisnis*. 5(1), 1–9.
- Zahara, T., Kurniawan, B., & Dewi, M. C. (2023). Perilaku Konsumtif Belanja Online Melalui Fitur Shopee Paylater Pada Mahasiswa Universitas Yuppentek Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 48(4), 48–56. <http://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca>