

DETERMINASI *FINANCIAL BEHAVIOR* PENGGUNA PAYLATER: PERAN *FINANCIAL LITERACY*, *SELF-CONTROL*, *FINANCIAL INCLUSION*, DAN *SOCIAL ENVIRONMENT* GENERASI Z DAN MILENIAL KOTA MADIUN

Arista Eka Lestiana¹, Liliek Nur Sulistiyowati², Ririh Anggraini Setyahety³

^{1,2,3} Universitas PGRI Madiun

Email: ririh@unipma.ac.id

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh *Financial Literacy*, *Self- Control*, *Financial Inclusion*, *Social Environment* terhadap *Financial Behavior* Pengguna *Paylater* Gen Z dan milenial di Kota Madiun. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Sampel sebanyak 384 responden diperoleh melalui teknik *purposive sampling*. Analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda menggunakan SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, *Financial Literacy*, *Self-Control*, *Financial Inclusion*, dan *Social Environment* berpengaruh signifikan terhadap *Financial Behavior*. Secara simultan, keempat variabel independen berpengaruh signifikan terhadap *Financial Behavior* pengguna *PayLater*. Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah keempat variabel ini berperan penting dalam membentuk keputusan keuangan generasi muda yang menggunakan layanan keuangan digital.

Kata kunci : *Financial Behavior*, *Financial Inclusion*, *Financial Literacy*, *PayLater*, *Self-Control*, *Social Environment*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi di era digital telah mengubah perilaku masyarakat dalam mengakses dan memanfaatkan layanan keuangan. Salah satu inovasi yang berkembang pesat adalah *financial technology* (*fintech*), yang menawarkan berbagai layanan seperti dompet digital, pinjaman online, hingga sistem *Buy Now Pay Later* (BNPL) atau *PayLater*. *PayLater* memberikan kemudahan transaksi dengan sistem cicilan tanpa kartu kredit, sehingga menjadi alternatif pembayaran yang diminati, khususnya oleh Generasi Z (Gen Z) dan Milenial yang lekat dengan teknologi digital (Sari, 2020).

Di Indonesia, adopsi *PayLater* mengalami pertumbuhan yang signifikan. Data GoodStats (2025) mencatat jumlah kontrak *PayLater* meningkat dari 4,63 juta pada tahun 2019 menjadi 99,02 juta pada 2024. Shopee *PayLater* menjadi layanan paling populer dengan pangsa 50%, disusul GoPay Later (35%) dan Traveloka *PayLater* (30%). Mayoritas pengguna berasal dari kelompok usia 20–30 tahun dengan persentase 46,6% (CNBC Indonesia, 2025). Popularitas *PayLater* dipicu oleh proses pendaftaran yang mudah,

integrasi dengan *e-commerce*, serta berbagai promo yang ditawarkan (Katadata Insight Center & OVO Financial, 2025).

Namun, pesatnya pertumbuhan tersebut juga diiringi risiko gagal bayar. Data Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2025) menunjukkan kelompok usia 19–34 tahun menyumbang pembiayaan macet tertinggi (>90 hari) dengan rata-rata Rp18,665 miliar per tahun. Tingginya tingkat tunggakan ini dipengaruhi oleh gaya hidup konsumtif, perilaku impulsif, rendahnya literasi keuangan, serta lemahnya *self-control* dalam mengelola keuangan.

Financial behavior atau perilaku keuangan menggambarkan bagaimana individu mengatur, mengelola, dan memanfaatkan sumber daya keuangan yang dimilikinya (Azila & Astuti, 2020). Beberapa faktor yang memengaruhinya meliputi *financial literacy*, *self-control*, *financial inclusion*, dan *social environment*. *Financial literacy* berperan dalam membekali individu dengan pengetahuan untuk membuat keputusan keuangan yang tepat (Wahyuni & Setiawati, 2023). *Self-control* membantu menahan dorongan konsumtif dan mengarahkan perilaku keuangan ke arah yang lebih terencana (Jannah *et al.*, 2024). *Financial inclusion* memastikan akses terhadap layanan keuangan yang aman dan relevan (Nasution & Balatif, 2025), sedangkan *social environment* mencakup pengaruh keluarga, teman, dan media sosial yang dapat mendorong keputusan penggunaan *PayLater* (Sahrul Hi. Posi *et al.*, 2023).

Penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang beragam. Beberapa studi menemukan hubungan positif antara literasi keuangan, kontrol diri, inklusi keuangan, dan lingkungan sosial terhadap perilaku keuangan, namun ada juga yang menemukan pengaruh tidak signifikan. Selain itu, sebagian besar penelitian dilakukan di kota besar, sehingga kajian di kota *tier two* seperti Madiun masih terbatas. Kota ini memiliki karakteristik sosial-ekonomi yang berbeda, sehingga menarik untuk diteliti lebih lanjut.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *financial literacy*, *self-control*, *financial inclusion*, dan *social environment* terhadap *financial behavior* pengguna *PayLater* pada Gen Z dan Milenial di Kota Madiun.

KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Grand Theory of Planned Behavior

Theory of Planned Behavior dikembangkan oleh Ajzen (1991) untuk menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh niat berperilaku (*behavioral intention*), yang

terbentuk dari tiga faktor utama, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), norma subjektif (*subjective norms*), dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). Menurut Afryanti (2021) *Theory of Planned Behavior* merupakan kerangka yang menggambarkan bahwa keputusan seseorang untuk melakukan suatu tindakan dipengaruhi oleh keyakinan terhadap hasil tindakan, tekanan sosial, serta persepsi kemudahan atau kesulitan dalam melakukan tindakan tersebut.

Financial Behavior

Perilaku keuangan (*financial behavior*) adalah cara seseorang memperlakukan uangnya meliputi penggunaan, pengelolaan, dan perencanaan keuangan yang dibentuk oleh kebutuhan ekonomi, nilai, kebiasaan, pengalaman, serta faktor psikologis dan sosial. Perilaku ini tampak pada cara mengatur pengeluaran, menyimpan pendapatan, dan pengambilan keputusan pembelian. (Azila & Astuti, 2020). Adapun indikator *financial behavior* (Gunawan & Nasution, 2022): 1) Melakukan pembayaran tepat waktu, 2) Menyusun anggaran keuangan, 3) Membuat catatan pemasukan dan pengeluaran, 4) Mempersiapkan dana darurat, 5) Mempunyai tabungan.

Financial Literacy

Financial literacy adalah kemampuan individu untuk memahami dan mengelola keuangan pribadinya, mencakup pengetahuan tentang konsep keuangan dasar, produk keuangan, serta keterampilan dalam mengambil keputusan keuangan yang tepat guna mencapai kesejahteraan. Literasi keuangan mencerminkan sejauh mana seseorang mampu merencanakan, mengelola risiko, dan mengoptimalkan penggunaan aset yang dimiliki (Lusardi & Mitchell, 2014). Adapun indikator *financial literacy* (Chen & Volpe, 1998): 1) Pengetahuan keuangan umum, 2) Pengelolaan tabungan dan pinjaman, 3) Pemahaman asuransi, 4) Wawasan investasi.

Self-Control

Self-control adalah kemampuan individu untuk menahan dorongan impulsif dan memilih tindakan yang lebih rasional atau terencana meskipun memerlukan pengorbanan jangka pendek. Dalam konteks keuangan, *self-control* menjadi kunci dalam pengambilan keputusan yang bijak, seperti menghindari pembelian tidak perlu, merencanakan masa depan, dan mengelola utang, tabungan, serta investasi secara berkelanjutan (Gathergood, 2011). Adapun indikator *self-control* (Nofsinger, 2005): 1) Niat melakukan penghematan, 2) Rasa kurang nyaman terhadap pengeluaran tidak penting, 3) Inisiatif melakukan simpanan untuk pengeluaran tak terduga.

Financial Inclusion

Financial inclusion adalah kondisi di mana setiap individu memiliki akses terhadap layanan keuangan formal yang mudah, terjangkau, dan sesuai kebutuhan, mencakup tabungan, kredit, asuransi, serta sistem pembayaran, sehingga dapat menunjang aktivitas ekonomi dan kesejahteraan (Yuliani, 2020). Inklusi keuangan mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif melalui perluasan akses layanan keuangan, termasuk lewat inovasi teknologi finansial (Sriyono, 2023). Adapun indikator *financial inclusion* (Demirgüç-Kunt et al., 2018): 1) Akses ke rekening di lembaga keuangan formal, 2) Penggunaan produk dan layanan keuangan, 3) Akses terhadap kredit, 4) Penggunaan layanan keuangan digital, 5) Literasi keuangan yang mendukung inklusi.

Social Environment

Social environment adalah ruang interaksi yang membentuk kebiasaan dan pola pikir individu melalui pengaruh orang-orang di sekitarnya, seperti keluarga, teman sebaya, dan lingkungan kerja. Dalam konteks perilaku keuangan, lingkungan sosial berperan penting karena nilai dan kebiasaan finansial sering terbentuk melalui interaksi sosial sehari-hari (Kenale Sada, 2022). Adapun indikator *social environment* (Febrianti & Prima, 2024): 1) Keluarga, 2) Teman sebaya, 3) Lingkungan rumah, 4) Lingkungan pendidikan, 5) Lingkungan kerja.

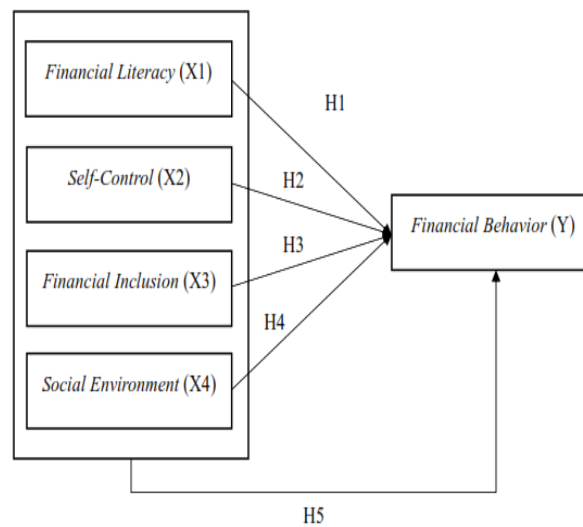
Generasi Z (Gen Z)

Generasi Z (Gen Z) adalah kelompok generasi yang lahir sekitar tahun 1997–2012 dan sejak kecil terbiasa dengan teknologi digital seperti internet, media sosial, dan perangkat mobile, sehingga sangat adaptif terhadap perkembangan teknologi. Gen Z cenderung multitasking, terbuka terhadap informasi global, namun dalam keuangan masih menunjukkan perilaku konsumtif dan terdorong tren sosial seperti *fear of missing out* (FoMO) (Ningtyas & Putra, 2024).

Generasi Milenial (Gen Milenial)

Generasi Milenial (Gen Milenial) adalah generasi yang lahir sekitar tahun 1981–1996 dan tumbuh pada masa perkembangan internet, komputer, dan ponsel, sehingga memiliki adaptasi tinggi terhadap teknologi (Beenancial, 2024). Mereka aktif menggunakan layanan digital, memiliki gaya hidup dinamis, namun cenderung konsumtif dan mudah terdorong tren sosial seperti FoMO, terutama pada penggunaan layanan keuangan digital seperti PayLater (Ambarwati & Indriastuti, 2025).

Gambar 1. Model Penelitian



METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan menguji pengaruh *financial literacy*, *self-control*, *financial inclusion*, dan *social environment* terhadap *financial behavior* pengguna PayLater pada generasi Z dan Milenial di Kota Madiun. Populasi penelitian adalah seluruh individu Gen Z (17–28 tahun) dan Milenial (29–44 tahun) yang berdomisili di Kota Madiun dan pernah atau sedang menggunakan layanan *PayLater* seperti *Shopee PayLater*, *GoPayLater*, *Kredivo*, *Akulaku*, *Traveloka PayLater*.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria tersebut. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Lemeshow (1997) sehingga diperoleh 384 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode survei melalui kuesioner yang disebarakan secara daring. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS versi 25, meliputi uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, uji t, uji F dan uji koefisien determinasi untuk menguji signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini, responden merupakan Gen Z dan Milenial Kota Madiun yang pernah atau sedang menggunakan *PayLater*. Tabel 1 menyajikan informasi karakteristik

responden yang meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, domisili, penghasilan per bulan, serta platform *PayLater* yang sering digunakan.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kelompok	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	172	44,8
	Perempuan	212	55,2
Subtotal		384	100
Usia	17–28 tahun	231	60,2
	29–44 tahun	153	39,8
Subtotal		384	100
Pendidikan Terakhir	SMA/SMK	109	28,4
	Diploma (D1/D2/D3)	57	14,8
	Sarjana (S1)	198	51,6
	Pascasarjana (S2/S3)	20	5,2
Subtotal		384	100
Pekerjaan	Mahasiswa	81	21,1
	Karyawan Swasta	153	39,8
	ASN/TNI/Polri	54	14,1
	Wirasaha	83	21,6
	Lainnya	13	3,4
Subtotal		384	100
Domisili	Kec. Manguharjo	107	27,9
	Kec. Taman	150	39,1
	Kec. Kartoharjo	127	33,1
Subtotal		384	100
Penghasilan per Bulan	< Rp1.000.000	42	10,9
	Rp1.000.000 – Rp3.000.000	88	22,9
	Rp3.000.000 – Rp5.000.000	154	40,1
	> Rp5.000.000	100	26,0
Subtotal		384	100
Platform PayLater yang Sering Digunakan	Shopee PayLater	122	31,8
	GoPayLater	93	24,2
	Kredivo	84	21,9
	Akulaku	52	13,5
	Traveloka PayLater	33	8,6
Subtotal		384	100

Sumber: Hasil SPSS (Data diolah 2025)

Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Menurut pendapat Ghazali (2021) validitas merupakan indikator sejauh mana suatu instrumen mampu mengukur apa yang seharusnya diukur secara sah dan tepat.

Tabel 2. Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	R-Hitung	R-Tabel	Keterangan
<i>Financial Literacy</i> (X1)	X1 1.1	0.605	0.100	Valid
	X1 1.2	0.557	0.100	Valid
	X1 1.3	0.687	0.100	Valid
	X1 1.4	0.624	0.100	Valid
	X1 1.5	0.622	0.100	Valid

	X1 1.6	0.452	0.100	Valid
	X1 1.7	0.620	0.100	Valid
	X1 1.8	0.645	0.100	Valid
<i>Self-Control (X2)</i>	X2 2.1	0.604	0.100	Valid
	X2 2.2	0.581	0.100	Valid
	X2 2.3	0.598	0.100	Valid
	X2 2.4	0.570	0.100	Valid
	X2 2.5	0.606	0.100	Valid
	X2 2.6	0.603	0.100	Valid
<i>Financial Inclusion (X3)</i>	X3 3.1	0.512	0.100	Valid
	X3 3.2	0.503	0.100	Valid
	X3 3.3	0.534	0.100	Valid
	X3 3.4	0.503	0.100	Valid
	X3 3.5	0.519	0.100	Valid
	X3 3.6	0.546	0.100	Valid
	X3 3.7	0.494	0.100	Valid
	X3 3.8	0.576	0.100	Valid
	X3 3.9	0.534	0.100	Valid
	X3 3.10	0.516	0.100	Valid
<i>Social Environment (X4)</i>	X4 4.1	0.567	0.100	Valid
	X4 4.2	0.508	0.100	Valid
	X4 4.3	0.497	0.100	Valid
	X4 4.4	0.573	0.100	Valid
	X4 4.5	0.502	0.100	Valid
	X4 4.6	0.613	0.100	Valid
	X4 4.7	0.519	0.100	Valid
	X4 4.8	0.505	0.100	Valid
	X4 4.9	0.565	0.100	Valid
	X4 4.10	0.513	0.100	Valid
<i>Financial Behavior (Y)</i>	Y 1.1	0.488	0.100	Valid
	Y 1.2	0.480	0.100	Valid
	Y 1.3	0.524	0.100	Valid
	Y 1.4	0.504	0.100	Valid
	Y 1.5	0.559	0.100	Valid
	Y 1.6	0.452	0.100	Valid
	Y 1.7	0.526	0.100	Valid
	Y 1.8	0.556	0.100	Valid
	Y 1.9	0.453	0.100	Valid
	Y 1.10	0.528	0.100	Valid

Sumber: Hasil SPSS (Data diolah 2025)

Berdasarkan hasil uji validitas menggunakan analisis korelasi *Pearson*, seluruh item pada variabel *financial literacy*, *self-control*, *financial inclusion*, *social environment* dan *financial behavior* menunjukkan nilai korelasi yang signifikan terhadap total skor masing-masing variabel ($p < 0,01$) dan memiliki nilai korelasi lebih besar dari r tabel (0,100). Hal ini menunjukkan bahwa seluruh item dalam setiap variabel memiliki validitas yang baik,

sehingga dapat dikatakan layak digunakan untuk mengukur variabel penelitian yang dimaksud.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menilai konsistensi instrumen penelitian. Berdasarkan kriteria Ghazali (2021), instrumen dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* $\geq 0,60$. Hasil uji menunjukkan seluruh variabel memiliki nilai di atas 0,60, yaitu *Financial Literacy* (0,747), *Self-Control* (0,632), *Financial Inclusion* (0,705), *Social Environment* (0,723), dan *Financial Behavior* (0,678). Dengan demikian, semua instrumen dalam penelitian ini tergolong reliabel dan layak digunakan.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2021), uji normalitas digunakan untuk mengevaluasi apakah residual pada model regresi berdistribusi normal, yang merupakan salah satu asumsi dasar regresi linier berganda. Pengujian dilakukan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*, dengan kriteria: nilai signifikansi $> 0,05$ menunjukkan residual menyebar normal, sedangkan $\leq 0,05$ menunjukkan sebaliknya. Hasil uji menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,412 $> 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual terdistribusi normal dan asumsi normalitas terpenuhi.

Uji Multikolineritas

Menurut Ghazali (2021), uji multikolineritas bertujuan untuk mengidentifikasi adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen dalam model regresi. Pengujian dilakukan menggunakan metode *Variance Inflation Factor (VIF)* dengan kriteria: nilai *tolerance* $> 0,10$ dan *VIF* < 10 menunjukkan tidak terjadi multikolineritas.

Berdasarkan hasil pengujian, seluruh variabel independen memiliki nilai *tolerance* di atas 0,10 dan *VIF* di bawah 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat indikasi multikolineritas pada model regresi, sehingga seluruh variabel independen bersifat bebas satu sama lain dan layak digunakan untuk menguji pengaruh terhadap variabel dependen, yaitu *Financial Behavior*.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2021), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah varians residual dalam model regresi bersifat konstan (*homoskedastisitas*) atau tidak (*heteroskedastisitas*). Pengujian menggunakan metode Park, di mana residual kuadrat diregresikan terhadap log variabel independen. Kriteria penilaian: nilai signifikansi (*Sig.*) > 0,05 menunjukkan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

Berdasarkan hasil pengujian, seluruh variabel independen memiliki nilai signifikansi di atas 0,05, yaitu *Financial Literacy* (0,633), *Self-Control* (0,466), *Financial Inclusion* (0,383), dan *Social Environment* (0,824). Dengan demikian, tidak ditemukan gejala heteroskedastisitas, sehingga asumsi homoskedastisitas terpenuhi dan model regresi layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

Uji Regresi Linear Berganda

Menurut Ghozali (2021), analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur pengaruh beberapa variabel bebas terhadap satu variabel terikat.

$$Y = 7,011 + 0,080X_1 + 0,276X_2 + 0,200X_3 + 0,369X_4 + e$$

Interpretasi koefisien menunjukkan bahwa: I) Nilai konstanta $\alpha = 7,011$ menunjukkan bahwa jika seluruh variabel independen bernilai nol, maka *financial behavior* berada pada angka 7,011 sebagai baseline tanpa pengaruh variabel bebas; II) Nilai koefisien $b_1 = 0,080$ berarti kenaikan *financial literacy* satu satuan, dengan variabel lain tetap, meningkatkan *financial behavior* sebesar 0,080 poin; kontribusinya positif namun relatif kecil; III) Nilai koefisien $b_2 = 0,276$ berarti peningkatan *self-control* satu satuan, dengan variabel lain tetap, meningkatkan *financial behavior* sebesar 0,276 poin; menunjukkan pengaruh positif yang lebih besar dibanding *financial literacy*; IV) Nilai koefisien $b_3 = 0,200$ berarti peningkatan *financial inclusion* satu satuan meningkatkan *financial behavior* sebesar 0,200 poin; semakin baik akses keuangan, semakin baik perilaku keuangan; V) Nilai koefisien $b_4 = 0,369$ berarti peningkatan *social environment* satu satuan meningkatkan *financial behavior* sebesar 0,369 poin; ini adalah pengaruh paling dominan di antara seluruh variabel.

Uji Hipotesis**Uji t**

Uji parsial (uji t) dilakukan dengan taraf signifikansi 0,05. Kriteria pengujian adalah:

jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ (1,966) dan $p\text{-value} < 0,05$, maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Pada variabel *Financial Literacy* memiliki t_{hitung} 2,268 ($p = 0,024$), *Self-Control* memiliki t_{hitung} 4,349 ($p = 0,000$), *Financial Inclusion* memiliki t_{hitung} 4,814 ($p = 0,000$), dan *Social Environment* memiliki t_{hitung} 9,338 ($p = 0,000$). Seluruh variabel memenuhi kriteria signifikan sehingga masing-masing terbukti berpengaruh positif terhadap *financial behavior*. Dengan demikian, hipotesis H1, H2, H3, dan H4 seluruhnya diterima.

Uji F

Uji F bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2021). Pengujian dilakukan dengan membandingkan F_{hitung} dan F_{tabel} pada taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$), dengan $df = n - k - 1$, serta mempertimbangkan nilai Sig. dari uji ANOVA. Dengan kriteria: Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau Sig. $< 0,05$, maka H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh signifikan, dan jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ atau Sig. $\geq 0,05$, maka H_0 diterima, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan.

F_{hitung} (96,173) $> F_{tabel}$ (2,39) dan nilai Sig. (0,000) $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel *Financial Literacy*, *Self-Control*, *Financial Inclusion*, dan *Social Environment* terhadap *Financial Behavior* pengguna *PayLater* Gen Z dan Milenial di Kota Madiun.

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2021). Nilai *R Square* sebesar 0,504 menunjukkan bahwa sekitar 50,4% variasi variabel *Financial Behavior* dapat dijelaskan oleh keempat variabel *Financial Literacy*, *Self-Control*, *Financial Inclusion*, dan *Social Environment* dalam model regresi. Sisanya sebesar 49,8% dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

Pembahasan

Pengaruh *Financial Literacy* Terhadap *Financial Behavior* Pengguna *Paylater* Gen Z dan Milenial Kota Madiun

Hasil uji hipotesis yang pertama dengan nilai t hitung sebesar 2,268 lebih besar dari t tabel 1,966 serta nilai Sig. $0,024 < 0,05$. Ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya hipotesis diterima. Hal ini menjelaskan bahwa *financial literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial behavior* pada pengguna *PayLater* Gen Z dan Milenial di Kota Madiun. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, maka semakin bijak pula mereka dalam mengelola penggunaan *PayLater* dan mampu menunjukkan perilaku keuangan yang lebih bertanggung jawab.

Dalam konteks *PayLater*, literasi keuangan mencerminkan pengetahuan dan kesadaran individu terhadap penggunaan fasilitas kredit konsumtif yang tepat dan tidak berisiko tinggi terhadap stabilitas keuangan mereka. Literasi keuangan membantu individu membentuk kebiasaan keuangan yang sehat dan terarah (Wahyuni & Setiawati, 2022). Gen Z, yang berada pada fase awal usia produktif dan sangat dekat dengan teknologi, perlu dibekali pemahaman literasi keuangan sejak dini untuk mencegah perilaku konsumtif berlebihan dalam penggunaan *PayLater*. Sementara itu, gen milenial, yang telah memiliki tanggung jawab keuangan lebih besar, dapat memanfaatkan literasi keuangan untuk menjaga stabilitas keuangan jangka panjang dan menghindari risiko utang konsumtif. Keduanya menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan dapat menjadi langkah preventif dalam menciptakan perilaku keuangan yang bijak di era digital.

Penelitian yang sejalan dilakukan oleh Budiman *et al.*, (2024), Yanti dan Suryadi (2024), serta Erawati *et al.*, (2024) yang menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan individu. Temuan ini diperkuat oleh Fariska *et al.*, (2024) dan Utami & Isbanah (2023) yang menjelaskan bahwa pemahaman keuangan berperan penting dalam mengatur penggunaan layanan pinjaman digital agar tidak menimbulkan risiko konsumtif yang berlebihan.

Pengaruh *Self-Control* Terhadap *Financial Behavior* Pengguna *Paylater* Gen Z dan Milenial Kota Madiun

Hasil uji hipotesis yang kedua dengan nilai t hitung sebesar 4,349 lebih besar dari t tabel 1,966 serta nilai Sig. $0,000 < 0,05$. Ini berarti H_0 ditolak dan H_2 diterima yang artinya hipotesis diterima. Hal ini menjelaskan bahwa *self-control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial behavior* pengguna *PayLater* Gen Z dan Milenial di Kota Madiun. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kemampuan individu dalam mengendalikan diri, maka semakin baik pula perilaku keuangan yang mereka tunjukkan dalam penggunaan *PayLater*.

Kontrol diri membantu individu menahan keinginan belanja impulsif, menyusun anggaran dengan disiplin, dan memprioritaskan kebutuhan dibandingkan keinginan. Individu yang mampu mengendalikan dorongan untuk berbelanja secara impulsif, terutama saat dihadapkan pada kemudahan akses kredit seperti *PayLater*, cenderung menunjukkan perilaku keuangan yang lebih sehat. Mereka lebih disiplin dalam merencanakan pengeluaran dan memiliki cadangan dana untuk mengantisipasi tagihan mendadak. Hal ini membuktikan bahwa kontrol diri memainkan peran penting dalam mendorong keputusan keuangan yang rasional dan tidak gegabah.

Penelitian yang sejalan dilakukan oleh Jannah *et al.*, (2024) dan Feralda *et al.*, (2023) yang menyatakan bahwa *self-control* berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan pengguna layanan *Buy Now Pay Later*. Temuan ini diperkuat oleh Utami dan Isbanah (2023) yang menjelaskan bahwa individu dengan kontrol diri tinggi lebih disiplin dalam mengelola keuangan dan mampu menghindari perilaku impulsif.

Pengaruh *Financial Inclusion* Terhadap *Financial Behavior* Pengguna *Paylater* Gen Z dan Milenial Kota Madiun

Pada variabel financial inclusion (X3), diperoleh nilai t hitung sebesar 4,814 dengan signifikansi 0,000. Karena t hitung > t tabel ($4,814 > 1,966$) dan nilai signifikansi < 0,05, maka hipotesis ketiga (H3) diterima. Hal ini berarti *financial inclusion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial behavior* pengguna *PayLater* Gen Z dan Milenial di Kota Madiun. Temuan ini menjelaskan bahwa semakin tinggi tingkat keterlibatan individu dalam layanan keuangan formal, maka semakin baik perilaku keuangan yang ditunjukkan.

Semakin besar akses dan partisipasi individu terhadap layanan keuangan formal, maka semakin baik pula perilaku keuangan yang ditunjukkan. Dalam konteks penggunaan *PayLater*, inklusi keuangan berperan penting dalam menyediakan fasilitas transaksi, kemudahan memperoleh kredit digital, dan ketersediaan informasi keuangan yang memungkinkan pengguna mengelola pengeluaran, menabung, serta membayar tagihan secara tepat waktu (Nasution & Balatif, 2025). Inklusi keuangan bukan hanya mempermudah akses, tetapi juga membentuk perilaku keuangan yang lebih bertanggung jawab.

Penelitian yang sejalan dilakukan oleh Raindra dan Paramitalaksmi (2024) serta Fariska *et al.*, (2024) yang menyatakan bahwa *financial inclusion* berpengaruh signifikan terhadap financial behavior. Dukungan serupa juga disampaikan oleh Sukma *et al.*, (2022),

yang menegaskan bahwa inklusi keuangan dapat menjadi penentu dalam pembentukan perilaku finansial yang lebih sehat dan terkontrol.

Pengaruh *Social Environment* Terhadap *Financial Behavior* Pengguna *Paylater* Gen Z dan Milenial Kota Madiun

Pada variabel *social environment*, diperoleh nilai t hitung sebesar 9,338 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena t hitung $> t$ tabel ($9,338 > 1,966$) dan nilai signifikansi $< 0,05$, maka hipotesis keempat (H_4) diterima. Hal ini berarti *social environment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial behavior* pengguna *PayLater* Gen Z dan Milenial di Kota Madiun. Kondisi ini menunjukkan bahwa semakin kuat pengaruh lingkungan sosial yang meliputi keluarga, teman sebaya, dan lingkungan sekitar, maka semakin baik pula perilaku keuangan individu.

Interaksi sosial yang terjadi dalam lingkup keluarga, pertemanan, dan lingkungan kerja atau pendidikan dapat membentuk dan mempengaruhi pola perilaku keuangan, khususnya dalam penggunaan layanan *paylater*. Gen Z dan milenial sebagai generasi digital sangat mudah terdorong oleh dinamika sosial yang berkembang di sekitar mereka. Keberadaan *social environment* yang adaptif terhadap teknologi finansial dapat memperkuat perilaku keuangan yang lebih rasional dan terencana. Generasi ini cenderung menjadikan lingkungan sekitar sebagai referensi perilaku konsumsi dan finansial.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Sada (2022), Simu *et al.*, (2023), dan Abdurrahman & Oktapiani (2020) yang menyatakan bahwa lingkungan sosial memengaruhi keputusan serta kebiasaan finansial seseorang. Dukungan serupa ditunjukkan oleh Febrianti & Prima (2024) yang menemukan bahwa perilaku keuangan mahasiswa di Kota Batam dipengaruhi secara signifikan oleh faktor lingkungan sosial. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *social environment* berperan penting dalam membentuk perilaku keuangan generasi muda, khususnya dalam penggunaan layanan *PayLater*.

Pengaruh Secara Simultan *Financial Literacy*, *Self-Control*, *Financial Inclusion*, *Social Environment* Terhadap *Financial Behavior* Pengguna *Paylater* Gen Z dan Milenial Kota Madiun

Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai F hitung sebesar 96,173 yang lebih besar dari F tabel sebesar 2,39 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima, sehingga variabel *financial literacy*, *self-control*, *financial inclusion*, dan *social environment* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *financial*

behavior pengguna *PayLater* Gen Z dan Milenial di Kota Madiun. Temuan ini menegaskan bahwa perilaku keuangan tidak hanya ditentukan oleh satu faktor tunggal, melainkan merupakan hasil kombinasi yang saling melengkapi antara pemahaman keuangan, pengendalian diri, akses keuangan, dan dukungan lingkungan sosial.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Rizky *et al.*, (2025), Arnoldus *et al.*, (2025), dan Raindra & Paramitalaksmi (2024) yang menyatakan bahwa variabel personal dan sosial berpengaruh secara simultan terhadap financial behavior generasi muda. Dukungan serupa ditunjukkan oleh Nasution & Balatif (2025) serta Angelista *et al.*, (2024) yang menekankan pentingnya pendekatan komprehensif dalam membentuk perilaku keuangan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis, *financial literacy*, *self-control*, *financial inclusion*, dan *social environment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial behavior* pengguna *PayLater* Gen Z dan Milenial di Kota Madiun, baik secara parsial maupun simultan. Secara parsial, *social environment* menjadi faktor paling dominan, diikuti oleh literasi keuangan, kontrol diri, dan inklusi keuangan. Temuan ini menegaskan bahwa perilaku keuangan generasi muda dipengaruhi kombinasi faktor internal dan eksternal, sehingga diperlukan pendekatan holistik untuk meningkatkan kualitas pengelolaan keuangan di era digital. Keterbatasan dalam penelitian ini hanya dilakukan pada pengguna *PayLater* Gen Z dan Milenial di Kota Madiun sehingga hasilnya belum tentu mewakili wilayah lain, begitu juga variabel yang digunakan terbatas pada *financial literacy*, *self-control*, *financial inclusion*, dan *social environment*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, S. W., & Oktapiani, S. (2020). Pengaruh literasi keuangan dan lingkungan sosial terhadap perilaku keuangan mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 50-55.
- Afrianty, N., & Jannah, A. R. (2021). Theory of Planned Behavior untuk Memprediksi Intensi Menggunakan Kosmetik Berlabel Halal (Studi pada Mahasiswi FEBI IAIN Bengkulu). *Journal of Indonesian Islamic Economic Finance*, 1(1), 92–117.
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality, and Behavior* (2nd ed.). Open University Press.
- Ambarwati, D. P., & Indriastuti, D. R. (2025). Pengaruh literasi keuangan, electronic money dan fear of missing out (FoMO) terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Surakarta. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 2(4), 1–10.

<https://jurnalistiqomah.org/index.php/jemb/article/view/4079>

- Angelista, F. D., Anggraini, L. D., & Putri, A. U. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Pengguna Shopee PayLater. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(3), 696-705.
- Arnoldus, R. C., Kusumawardhani, R., & Rinofa, R. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Sikap Keuangan, Locus Of Control Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Keuangan Gen Z Di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 14(01), 153-164.
- Azila, I., & Astuti, R. (2020). Perilaku Keuangan Mahasiswa dalam Mengelola Keuangan Pribadi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 95-102. <https://doi.org/10.37641/jieb.v8i2.1330>
- Beenancial. (2024, Februari 28). *Milenial dan Gen Z: Tantangan dan Peluang Meningkatkan Literasi Keuangan di Era Digital*. <https://www.beenancial.com/artikel/milenial-dan-gen-z-tantangan-dan-literasi>
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). *An analysis of personal financial literacy among college students*. *Financial Services Review*, 7(2), 107–128. [https://doi.org/10.1016/S1057-0810\(99\)80006-7](https://doi.org/10.1016/S1057-0810(99)80006-7)
- CNBC Indonesia. (2025, April 22). *Daya beli warga RI melemah, tapi kenapa Pay Later tumbuh kencang*. CNBC Indonesia. Diakses dari <https://www.cnbcindonesia.com/market/20250422123538-17-627773/daya-beli-warga-ri-melemah-tapi-kenapa-pay-later-tumbuh-kencang>
- Febrianti, R., & Prima, F. D. (2024). Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z. *Jurnal Ekonomi dan Perilaku Konsumen*, 6(1), 45-53.
- Feralda, M., Hafidzi, A. H., & Samsuryaningrum, I. P. (2023). The Influence of Financial Attitude, Self Control, and Hedonism Style on Financial Management Behavior of Student Shopee PayLater Users in Jember District. *Budapest International Research and Critics Institute- Journal*, 6(2), 1169-1182.
- Gathergood, J. (2011). Self-control, financial literacy, and the use of credit. *Journal of Economic Psychology*, 32(5), 716-725. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2011.04.003>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, A., & Nasution, U. S. (2022). Pengaruh kontrol diri dan literasi keuangan terhadap perilaku keuangan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas Muhammadiyah sumatera utara. *Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu*, 3(1).
- Jannah, M., PD, M. M., Isfaatun, E., Sukmarani, W., & Margiutomo, S. A. S. (2024). Pengaruh self-control dan financial attitude terhadap financial behavior pengguna layanan buy now pay later. *Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi*

STI&K (SeNTIK), 8(1).

<https://ejournal.jakstik.ac.id/index.php/sentik/article/view/3704>

Katadata Insight Center & OVO Financial. (2025, Juni 1). *This is the convenience of PayLater according to Gen Z and Millennials in Indonesia*. Databoks Katadata. <https://databoks.katadata.co.id/en/media/statistics/6749754c41339/this-is-the-convenience-of-PayLater-according-to-gen-z-and-millennials-in-indonesia>

Kenale Sada, Y. M. V. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Literasi Akuntansi*, 2(2), 86–99. <https://doi.org/10.55587/jla.v2i2.35>

Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>

Nasution, A. A., & Balatif, M. R. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Financial Technology Terhadap Perilaku Keuangan Pegawai PT. X di SUMUT. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 9(1).

Ningtyas, M. N., & Putra, R. S. (2024). Intelligence, financial literacy, and financial behavior: A study on Generation Z. *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam*, 20(2). <https://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/ekonomi/article/view/26528>

Nofsinger, J. R. (2005). Social mood and financial economics. *The Journal of Behavioral Finance*, 6(3), 144–160.

Rizky, A. D., Safitri, H., & Hariyanto, D. (2025). The Influence Of Financial Literacy, Financial Self-Efficacy, Financial Behavior Of PayLater Users In The Millennial Generation And Generation Z In Pontianak City. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 13(1), 853-864.

Sari, R. (2020). Pengaruh penggunaan Paylater terhadap perilaku impulse buying pengguna e-commerce di Indonesia. *Jurnal Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bandung*.

Simu, T. K., Rahmawati, C. H. T., & Yuniarto, A. Y. (2023). Influence of Financial Literacy, Social Environment, and Financial Technology Against Financial Behavior. *Journal of Applied Management Research*, 3(2), 78-85.

Sriyono, S., Andjani, S., & Irawan, M. F. (2023). *Evaluation of Fintech's Impact on Financial Inclusion in Indonesia: A Case Research on the Use of Digital Payment Services*. *The Management Journal of Binaniaga*, 8(2), 91–102. <https://doi.org/10.33062/mjb.v8i2.32>

Utami, N. G. P., & Isbanah, Y. (2023). Pengaruh Financial Literacy, Financial Attitude, Financial Technology, Self-Control, dan Hedonic Lifestyle terhadap Financial Behavior pada Generasi Z di Jawa Timur. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 506-521.

Yonatan, A. Z. (2024, 17 Agustus). *Pengguna PayLater Indonesia tumbuh 17 kali lipat*

dalam 5 tahun terakhir. GoodStats. Diakses dari <https://goodstats.id/article/pengguna-paylater-indonesia-tumbuh-17-kali-lipat-dalam-5-tahun-terakhir-355VL>

Yuliani. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, Terhadap Minat Investasi. *Jurnal Keuangan dan Strategi*, 2(1), 45–60. <https://jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/JKS/article/download/5094/3774/>