

Pengaruh Gaya Hidup, Lingkungan Sosial, dan Kontrol Diri terhadap Penggunaan Spaylater melalui Intensi

Syafira Nur Yulia ^{1*}, Asep Suryana ², Putri Trulline ³

^{1, 2, 3} Universitas Padjadjaran, Indonesia

* syafira22005@mail.unpad.ac.id

Abstrak

Urgensi penelitian ini terletak pada meningkatnya penggunaan fitur *paylater* di kalangan masyarakat, sehingga perlu dianalisis bagaimana pengaruh gaya hidup, lingkungan sosial, dan kontrol diri melalui intensi dalam mencegah perilaku konsumtif serta risiko keuangan yang tidak terkendali. Perkembangan layanan keuangan digital berbasis *Buy Now Pay Later* (BNPL) seperti *SPayLater* telah mengubah pola konsumsi masyarakat, khususnya di kalangan mahasiswa yang cenderung adaptif terhadap teknologi dan memiliki kecenderungan konsumtif. Kemudahan akses, fleksibilitas pembayaran, serta pengaruh lingkungan sosial menjadi faktor yang mendorong penggunaan layanan tersebut. Namun, penggunaan yang tidak terkontrol juga berpotensi menimbulkan risiko perilaku konsumtif dan masalah keuangan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, lingkungan sosial, dan kontrol diri terhadap penggunaan *SPayLater* melalui intensi penggunaan dengan menggunakan kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei eksplanatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring yang disebarakan kepada 280 mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran. Populasi penelitian adalah sebanyak 3.686 orang. Jumlah sampel 280 responden. Instrumen yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data menggunakan Structural Equation Modeling berbasis *Partial Least Square* (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4 untuk menguji hubungan antar variabel serta signifikansi hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup, lingkungan sosial, dan kontrol diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi penggunaan, serta terhadap penggunaan *SPayLater*. Selain itu, intensi penggunaan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *SPayLater*, serta berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara variabel independen dan penggunaan *SPayLater*. Temuan ini menunjukkan bahwa faktor internal dan eksternal secara bersama-sama memengaruhi perilaku penggunaan layanan BNPL melalui pembentukan intensi sebagai mediasi utama.

Kata Kunci: *Gaya Hidup, Lingkungan Sosial, Kontrol Diri, Penggunaan Spaylater, Intensi*

Pendahuluan

Perilaku manusia dalam mengambil keputusan sering kali dipengaruhi oleh pertimbangan rasional yang didasarkan pada sikap, lingkungan sosial, dan persepsi kontrol diri (Syahwa et al., 2026). Niat ini dibentuk oleh tiga hal, yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol diri. Pada konteks komunikasi, *theory of planned behavior* (TPB) relevan untuk memahami bagaimana individu merespons pengaruh sosial dan pesan komunikasi dalam membentuk niat serta perilaku aktual, termasuk dalam konteks perilaku konsumtif digital.

Beberapa tahun terakhir, layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) semakin populer di Indonesia seiring dengan meningkatnya tren belanja online dan digitalisasi sistem pembayaran. BNPL memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian terlebih dahulu dan membayarnya di

kemudian hari tanpa harus memiliki kartu kredit. Pertumbuhan signifikan BNPL terjadi sejak tahun 2020, didorong oleh perkembangan e-commerce dan kebutuhan pembayaran yang lebih fleksibel. Berdasarkan laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) (2025), total pengguna layanan BNPL di Indonesia pada tahun 2025 yaitu sekitar 24,36 juta pengguna per April 2025.

Hal ini terjadi karena adanya kombinasi faktor yang mendorong penggunaan layanan BNPL di antaranya: adanya faktor digitalisasi transaksi, kemudahan akses, komunikasi pembayaran, promo menarik, dan kebutuhan pembiayaan alternatif di tengah kondisi ekonomi mendorong pertumbuhan pesat pengguna BNPL di Indonesia pada tahun 2025. Fenomena ini menandakan pergeseran perilaku konsumsi masyarakat yang semakin nyaman menggunakan instrumen keuangan digital untuk memenuhi kebutuhan konsumtif secara instan. Salah satu sektor yang paling banyak mendorong penggunaan layanan BNPL adalah e-commerce, yang kini menjadi kanal utama bagi konsumen dalam melakukan transaksi digital.

Berbagai layanan BNPL yang tersedia di Indonesia, Shopee PayLater (SPayLater) merupakan layanan yang paling dikenal oleh konsumen. Berdasarkan data survei dari penelitian terdahulu mengemukakan bahwa SPayLater menempati posisi teratas sebagai merek PayLater yang paling banyak diketahui responden, mengungguli layanan lain seperti GoPayLater, Kredivo, dan Akulaku (Katadata, 2023). Tingginya tingkat awareness ini mengindikasikan dominasi SPayLater dalam lanskap pembayaran digital berbasis cicilan di Indonesia. Hal ini juga sejalan dengan popularitas platform *e-commerce* Shopee yang memiliki jumlah pengguna aktif terbanyak. Kemudahan akses layanan SPayLater langsung dari aplikasi Shopee, serta strategi promosi seperti diskon, cashback, dan cicilan tanpa kartu kredit turut mendorong peningkatan adopsi layanan ini. Dominasi SPayLater mencerminkan pergeseran perilaku konsumsi masyarakat, khususnya generasi muda, yang semakin mengandalkan fleksibilitas pembayaran digital untuk memenuhi kebutuhan konsumtif secara instan. Berdasarkan data kelompok usia 26–35 tahun menjadi pengguna BNPL terbanyak di Indonesia dengan persentase sebesar 43,9%, disusul oleh kelompok 18–25 tahun sebanyak 26,5% (Katadata, 2023).

Fenomena tingginya penggunaan SPayLater di kalangan mahasiswa tidak dapat dilepaskan dari gaya hidup yang dijalani saat ini (Novianty et al., 2025). Gaya hidup konsumtif, keinginan untuk mengikuti tren, serta kebutuhan akan kenyamanan dan kecepatan dalam bertransaksi menjadi faktor utama yang mendorong mereka memilih metode pembayaran instan seperti BNPL (Hidayat & Putri, 2023; Pratama & Wulandari, 2024). Kemudahan akses kredit tanpa kartu serta proses yang cepat juga memperkuat kecenderungan mahasiswa dalam menggunakan layanan paylater untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginan konsumtif mereka (Sari et al., 2022; Kurniawan & Lestari, 2021).

Data dari Katadata Insight menunjukkan bahwa lebih dari 70% transaksi PayLater digunakan untuk pembelian fesyen, elektronik, dan kebutuhan gaya hidup lainnya (Center & Kredivo, 2024). Selain itu, lingkungan sosial turut membentuk perilaku penggunaan SPayLater. Lingkaran pertemanan, pengaruh media sosial, serta dorongan dari keluarga atau pasangan sering kali menjadi alasan seseorang merasa terdorong untuk ikut menggunakan layanan ini. Akan tetapi, rendahnya kontrol diri atau ketidakmampuan dalam menahan keinginan belanja impulsif atau kurangnya perencanaan keuangan menjadi faktor yang memperkuat keputusan untuk terus menggunakan SPayLater, meskipun tidak selalu diiringi dengan kemampuan membayar yang memadai. Temuan dari Pefindo Biro Kredit (2025) mengungkapkan bahwa kelompok usia 18–25 tahun memiliki rasio keterlambatan pembayaran tertinggi dibanding kelompok usia lainnya, menunjukkan adanya celah dalam aspek pengendalian diri finansial di kalangan pengguna muda.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan layanan PayLater dengan berbagai pendekatan. Penelitian oleh penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kepercayaan, gaya hidup, dan pengaruh sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Shopee PayLater pada mahasiswa, baik secara parsial maupun simultan, dengan kemampuan model menjelaskan sebesar 77,3% variasi intensi penggunaan (Maharani & Noor, 2023). Temuan ini menegaskan bahwa faktor gaya hidup dan lingkungan sosial memiliki peran penting dalam mendorong terbentuknya niat penggunaan layanan PayLater. Namun, hasil yang berbeda ditunjukkan oleh terdahulu yang menemukan bahwa meskipun kontrol diri dan literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku manajemen keuangan, gaya hidup konsumtif justru berpengaruh negatif signifikan (Putri & Rahyuda, 2017; Laily, 2016).

Hal ini mengindikasikan bahwa gaya hidup tidak selalu menjadi pendorong penggunaan PayLater, terutama ketika individu memiliki orientasi pengendalian keuangan yang kuat. Sementara itu, penelitian kualitatif terdahulu melalui pendekatan TPB menunjukkan bahwa kemudahan akses, fleksibilitas, serta promosi menjadi faktor utama yang mendorong penggunaan PayLater, dengan tekanan sosial dan persepsi kontrol turut membentuk intensi, meskipun terdapat kekhawatiran terkait risiko seperti perilaku impulsif dan potensi masalah keuangan (Fatmawati & Suwardi, 2024).

Berdasarkan ketiga penelitian tersebut, terlihat bahwa faktor gaya hidup, lingkungan sosial, dan kontrol diri menunjukkan hasil yang beragam dalam memengaruhi intensi maupun perilaku penggunaan PayLater. Selain itu, sebagian besar penelitian masih berfokus pada hubungan langsung antar variabel, sehingga peran intensi sebagai variabel mediasi dalam menjembatani faktor-faktor tersebut terhadap perilaku aktual belum banyak dikaji secara komprehensif. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan menguji pengaruh gaya hidup, lingkungan sosial, dan kontrol diri terhadap penggunaan SPayLater melalui intensi penggunaan dalam kerangka TPB, khususnya pada mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran.

Penelitian ini ingin memahami dinamika perilaku konsumen digital dalam konteks perkembangan teknologi finansial yang semakin pesat. Dari sisi epistemologis, penelitian ini berkontribusi terhadap penguatan kajian dalam bidang manajemen komunikasi, khususnya dalam memahami perilaku komunikasi konsumen di era digital. Kerangka TPB yang digunakan, dengan menempatkan intensi sebagai variabel mediasi, membantu memperluas pemahaman mengenai pembentukan intensi dari faktor psikososial dan proses transformasinya menjadi perilaku nyata dalam penggunaan layanan digital seperti Shopee PayLater.

Secara ontologinya berakar pada realitas sosial yang terus berkembang di tengah masyarakat digital, yaitu meningkatnya penggunaan layanan BNPL oleh mahasiswa. Fenomena ini mencerminkan pola baru dalam pengelolaan konsumsi dan pengambilan keputusan finansial, terutama di kalangan Gen Z yang terpapar kemudahan akses teknologi, pengaruh sosial, dan keyakinan kemampuan diri. Dari sisi aksiologis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis. Bagi mahasiswa, sebagai upaya meningkatkan kesadaran terhadap perilaku konsumsi dan pengambilan keputusan keuangan yang lebih bijak. Bagi masyarakat umum, sebagai bahan refleksi terhadap potensi risiko penggunaan layanan Buy Now Pay Later (BNPL) secara berlebihan. Bagi institusi e-commerce seperti Shopee, sebagai masukan dalam menyusun strategi komunikasi sesuai dengan kebutuhan, khususnya untuk segmen pengguna muda.

Penelitian ini berkaitan dengan perilaku konsumsi digital yang tentunya memerlukan subjek yang sesuai secara demografis dan psikografis. Kelompok usia 18–25 tahun tercatat sebagai pengguna dominan kedua layanan BNPL dengan persentase sebesar 26,5% (Katadata, 2023). Kelompok ini menunjukkan tingkat partisipasi tinggi dalam aktivitas digital dan responsif terhadap inovasi dalam sistem pembayaran berbasis teknologi. Berdasarkan pertimbangan tersebut, mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran (Fikom Unpad) dipilih sebagai populasi penelitian.

Selain memiliki kesesuaian dengan karakteristik pengguna layanan, mahasiswa juga dinilai sebagai kelompok yang kritis, mudah dijangkau, dan representatif untuk menilai dinamika penggunaan layanan PayLater dalam konteks komunikasi digital. Mayoritas mahasiswa memiliki akses terhadap layanan e-commerce dan menunjukkan keterlibatan tinggi dalam aktivitas konsumsi digital. Hal ini memperkuat bahwa mahasiswa relevan untuk diteliti dengan pendekatan TPB guna menjelaskan bagaimana gaya hidup, lingkungan sosial, dan kontrol diri membentuk intensi, dan pada akhirnya memengaruhi perilaku penggunaan SPayLater.

Berdasarkan hal tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana pengaruh gaya hidup, lingkungan sosial, dan kontrol diri terhadap penggunaan SPayLater melalui intensi penggunaan SPayLater di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran?”. Adapun judul penelitian ini adalah “Pengaruh Gaya Hidup, Lingkungan Sosial, dan Kontrol Diri terhadap Penggunaan SPayLater melalui Intensi Penggunaan SPayLater di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran”.

Kebaruan (novelty) penelitian ini terletak pada integrasi variabel gaya hidup, lingkungan sosial, dan kontrol diri dalam satu model analisis yang dimediasi oleh intensi untuk menjelaskan perilaku penggunaan fitur Spaylater, sehingga tidak hanya menguji pengaruh langsung antar variabel, tetapi juga mengungkap mekanisme psikologis yang mendasari keputusan penggunaan layanan paylater secara lebih komprehensif, khususnya dalam konteks perilaku keuangan digital di kalangan pengguna muda

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal antarvariabel melalui pengujian hipotesis berbasis data numerik. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin menganalisis pengaruh gaya hidup, lingkungan sosial, dan kontrol diri terhadap penggunaan SPayLater dengan intensi sebagai variabel mediasi. Melalui metode eksplanatif, penelitian ini tidak hanya mengidentifikasi hubungan antarvariabel, tetapi juga menguji kekuatan dan arah pengaruh yang terjadi secara empiris (Sugiyono, 2017).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran pada semester ganjil tahun akademik 2024/2025, dengan jumlah sebanyak 3.686 mahasiswa berdasarkan data resmi institusi. Populasi ini dipilih karena karakteristik mahasiswa yang termasuk dalam generasi Z dinilai memiliki tingkat interaksi yang tinggi dengan teknologi digital, media sosial, serta layanan keuangan berbasis aplikasi seperti SPayLater, sehingga relevan dengan konteks penelitian mengenai perilaku penggunaan layanan BNPL.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *probability sampling* dengan pendekatan *simple random sampling*, di mana setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel tanpa memperhatikan strata tertentu. Proses pengambilan

sampel dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara acak kepada mahasiswa aktif Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran. Untuk memastikan kesesuaian responden dengan fokus penelitian, peneliti menyertakan pertanyaan penyaring (*screening question*) pada bagian awal kuesioner, yaitu “Apakah Anda pernah menggunakan *Shopee PayLater* dalam enam bulan terakhir?”. Responden yang menjawab “ya” dijadikan sebagai sampel penelitian, sedangkan responden yang menjawab “tidak” tidak dilibatkan dalam tahap analisis data.

Penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini mengacu pada pedoman terdahulu yang menyatakan bahwa dalam analisis Structural Equation Modeling berbasis *Partial Least Squares* (SEM-PLS), jumlah minimum sampel adalah 10 kali jumlah indikator pada variabel dengan indikator terbanyak (Hair et al., 2019). Penelitian ini melibatkan lima variabel, yaitu gaya hidup, lingkungan sosial, kontrol diri, intensi, dan penggunaan *SPayLater*, dengan total 28 indikator. Oleh karena itu, jumlah minimum sampel yang dibutuhkan adalah $10 \times 28 = 280$ responden. Untuk meningkatkan tingkat validitas dan reliabilitas hasil analisis, penelitian ini menargetkan jumlah responden minimal sebanyak 280 orang atau lebih.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan dua metode, yaitu kuesioner dan studi pustaka. Kuesioner digunakan sebagai instrumen utama untuk memperoleh data primer yang disusun menggunakan skala *Likert*, sedangkan studi pustaka digunakan untuk mendukung landasan teoritis serta memperkuat argumentasi penelitian melalui berbagai sumber literatur yang relevan. Sebelum digunakan, instrumen penelitian terlebih dahulu diuji melalui uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan bahwa setiap item pernyataan mampu mengukur variabel secara tepat dan konsisten.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara bertahap. Tahap pertama adalah analisis statistik deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan karakteristik data penelitian melalui penyajian nilai rata-rata (*mean*), median, modus, nilai minimum, nilai maksimum, standar deviasi, dan varians. Analisis ini juga mencakup distribusi frekuensi serta korelasi antarvariabel sebagai gambaran awal hubungan yang terjadi. Tahap selanjutnya adalah analisis inferensial menggunakan metode SEM-PLS untuk menguji model penelitian, baik pada pengujian *outer model* (validitas dan reliabilitas konstruk) maupun *inner model* (hubungan antarvariabel dan pengujian hipotesis). Seluruh proses pengolahan dan analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistik yang relevan guna memastikan akurasi dan ketepatan hasil penelitian.

Hasil

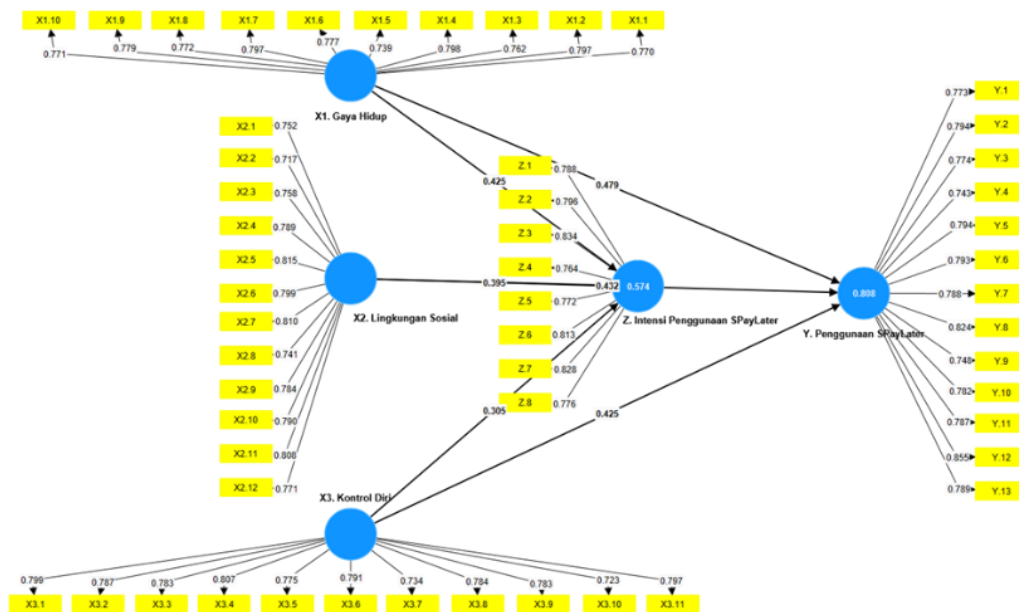
Analisis Deskriptif

Tabel 1. Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Gaya Hidup (X1)	1.00	5.00	3.759	0.863
Lingkungan Sosial (X2)	1.00	5.00	3.761	0.889
Kontrol Diri (X3)	1.00	5.00	3.731	0.895
Intensi (Z)	1.00	5.00	3.902	0.592
Penggunaan <i>SPayLater</i> (Y)	1.00	5.00	3.902	0.577

Berdasarkan hasil analisis deskriptif tersebut, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini berada pada kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup berbasis belanja online, lingkungan sosial, dan kontrol diri berkontribusi dalam membentuk intensi serta perilaku penggunaan *SPayLater*.

Analisis Outer Model



Gambar 1. Analisis Outer Model

Analisis outer model dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian yang digunakan valid dan reliabel untuk mengukur konstruk-konstruk dalam model penelitian. Pengujian outer model meliputi uji validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas konstruk.

Tabel 2. Hasil Loading Factor dan Average Variance Extracted

Variabel	Indikator	Outer Loading	AVE	Hasil
X1. Gaya Hidup	X1.1	0.770	0.603	Valid
	X1.2	0.797		Valid
	X1.3	0.762		Valid
	X1.4	0.798		Valid
	X1.5	0.739		Valid
	X1.6	0.777		Valid
	X1.7	0.797		Valid
	X1.8	0.772		Valid
	X1.9	0.779		Valid
	X1.10	0.771		Valid
X2. Lingkungan Sosial	X2.1	0.752	0.607	Valid
	X2.2	0.717		Valid
	X2.3	0.758		Valid
	X2.4	0.789		Valid
	X2.5	0.815		Valid
	X2.6	0.799		Valid
	X2.7	0.810		Valid
	X2.8	0.741		Valid
	X2.9	0.784		Valid
	X2.10	0.790		Valid
	X2.11	0.808		Valid
	X2.12	0.771		Valid
X3. Kontrol Diri	X3.1	0.799	0.606	Valid
	X3.2	0.787		Valid
	X3.3	0.783		Valid
	X3.4	0.807		Valid
	X3.5	0.775		Valid

Variabel	Indikator	Outer Loading	AVE	Hasil
	X3.6	0.791		Valid
	X3.7	0.734		Valid
	X3.8	0.784		Valid
	X3.9	0.783		Valid
	X3.10	0.723		Valid
	X3.11	0.797		Valid
Z. Intensi	Z.1	0.790	0.635	Valid
Penggunaan	Z.2	0.796		Valid
SPayLater	Z.3	0.833		Valid
	Z.4	0.766		Valid
	Z.5	0.772		Valid
	Z.6	0.813		Valid
	Z.7	0.828		Valid
	Z.8	0.774		Valid
Y. Penggunaan	Y.1	0.772	0.622	Valid
SPayLater	Y.2	0.794		Valid
	Y.3	0.774		Valid
	Y.4	0.742		Valid
	Y.5	0.795		Valid
	Y.6	0.793		Valid
	Y.7	0.788		Valid
	Y.8	0.825		Valid
	Y.9	0.748		Valid
	Y.10	0.782		Valid
	Y.11	0.787		Valid
	Y.12	0.856		Valid

Berdasarkan tabel 2. hasil analisis outer loading, seluruh indikator pada variabel gaya hidup, lingkungan sosial, kontrol diri, intensi penggunaan SPayLater, dan penggunaan SPayLater memiliki nilai outer loading di atas 0,70. Hal ini menunjukkan bahwa setiap indikator mampu merepresentasikan variabel yang diukur dengan baik.

Tabel 3. Hasil Uji Diskriminan

Variabel	Intensi	Gaya Hidup	Kontrol Diri	Lingkungan Sosial	Penggunaan SPaylater
Intensi	0.797				
Gaya hidup	0.532	0.776			
Kontrol diri	0.477	0.201	0.779		
Lingkungan sosial	0.513	0.117	0.222	0.778	
Penggunaan SPayLater	0.748	0.615	0.617	0.582	0.789

Berdasarkan tabel 3, dapat diketahui bahwa nilai akar AVE pada masing-masing variabel, yaitu intensi (0,797), gaya hidup (0,776), kontrol diri (0,779), lingkungan sosial (0,778), dan penggunaan SPayLater (0,789), lebih besar dibandingkan dengan nilai korelasi antar variabel lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki kemampuan yang lebih baik dalam menjelaskan indikatornya sendiri dibandingkan dengan hubungannya terhadap variabel lainnya

Tabel 4. Hasil Cronbach's alpha dan Composite reliability

Variabel	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_c)	AVE
Gaya Hidup	0.927	0.938	0.603
Kontrol Diri	0.935	0.944	0.607
Lingkungan Sosial	0.941	0.949	0.606
Intensi Penggunaan SPayLater	0.918	0.933	0.635
Penggunaan SPayLater	0.949	0.955	0.622

Berdasarkan tabel 4. di atas, dapat diketahui bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki nilai Cronbach's alpha dan composite reliability yang berada di atas 0,70. Variabel gaya

hidup memiliki nilai *Cronbach's alpha* sebesar 0,927 dan *composite reliability* sebesar 0,938, kontrol diri sebesar 0,935 dan 0,944, lingkungan sosial sebesar 0,941 dan 0,949, intensi penggunaan sebesar 0,918 dan 0,933, serta penggunaan SPayLater sebesar 0,949 dan 0,955.

Tabel 5. Hasil R-Square

	R-square	R-square adjusted
Intensi Penggunaan SPayLater	0.574	0.569
Penggunaan SPayLater	0.819	0.817

Berdasarkan Tabel 5. dapat diketahui bahwa nilai R-square pada variabel intensi penggunaan SPayLater sebesar 0,574. Hal ini menunjukkan bahwa variabel gaya hidup, lingkungan sosial, dan kontrol diri mampu menjelaskan variabel intensi penggunaan sebesar 57,4%, sedangkan sisanya sebesar 42,6% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian.

Tabel 6. Hasil F-Square

	Intensi	Penggunaan SPayLater
Intensi		0.061
Gaya hidup	0.403	0.634
Kontrol diri	0.200	0.601
Lingkungan sosial	0.348	0.526

Berdasarkan Tabel 6. di atas, dapat diketahui bahwa pengaruh variabel gaya hidup terhadap intensi penggunaan memiliki nilai sebesar 0,403 yang termasuk dalam kategori besar. Variabel lingkungan sosial juga menunjukkan pengaruh yang besar terhadap intensi dengan nilai sebesar 0,348, sedangkan kontrol diri memiliki pengaruh sedang dengan nilai sebesar 0,200.

Tabel 7. Hasil Q-Square

Variabel	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)
X1	2800.000	2800.000	0.000
X2	3080.000	3080.000	0.000
X3	3360.000	3360.000	0.000
Z	2240.000	1440.074	0.357
Y	3640.000	1808.356	0.503

Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh nilai Q-square untuk variabel intensi penggunaan SPayLater (Z) sebesar 0,357 dan variabel penggunaan SPayLater (Y) sebesar 0,503. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kedua variabel memiliki nilai Q-square lebih besar dari 0, sehingga model penelitian ini memiliki kemampuan prediksi yang baik. Sedangkan nilai Q-square pada variabel eksogen, yaitu gaya hidup (X1), lingkungan sosial (X2), dan kontrol diri (X3), bernilai 0,000. Hal ini terjadi karena variabel eksogen tidak diprediksi oleh variabel lain dalam model. Maka dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini memiliki *predictive relevance* yang baik, khususnya dalam menjelaskan variabel intensi dan penggunaan SPayLater. Hal ini menunjukkan bahwa model yang dibangun tidak hanya mampu menjelaskan hubungan antar variabel, tetapi juga memiliki kemampuan dalam memprediksi perilaku penggunaan SPayLater.

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Langsung

	Path Koefisien	T statistics (O/STDEV)	P values	Hipotesis
X1 -> Z	0.424	11.783	0.000	Diterima
X1 -> Y	0.410	10.302	0.000	Diterima
X2 -> Z	0.396	10.259	0.000	Diterima
X2 -> Y	0.368	10.272	0.000	Diterima
X3 -> Z	0.304	7.848	0.000	Diterima
X3 -> Y	0.376	11.255	0.000	Diterima
Z -> Y	0.161	3.543	0.000	Diterima

Berdasarkan tabel 8. Secara keseluruhan, seluruh hubungan langsung antar variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *t-statistics* > 1,96 dan *p-values* < 0,05, sehingga seluruh hipotesis pengaruh langsung dalam penelitian ini dinyatakan diterima.

Tabel 9. Hasil Uji Indirect Effect

	Path Koefisien	T statistics (O/STDEV)	P values	Hipotesis
X1-> Z -> Y	0.068	3.269	0.001	Diterima
X2 -> Z -> Y	0.064	3.229	0.001	Diterima
X3 -> Z -> Y	0.049	3.123	0.002	Diterima

Berdasarkan tabel 9. Diketahui bahwa secara seluruh pengaruh tidak langsung dalam penelitian ini menunjukkan nilai *t-statistics* > 1,96 dan *p-values* < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel intensi penggunaan berperan sebagai variabel mediasi (*intervening*) dalam hubungan antara gaya hidup, lingkungan sosial, dan kontrol diri terhadap penggunaan SPayLater. Selain itu, karena pengaruh langsung masing-masing variabel independen terhadap perilaku tetap signifikan, maka jenis mediasi yang terjadi dalam penelitian ini adalah mediasi parsial (*partial mediation*).

Pembahasan

Pengaruh Gaya Hidup terhadap Penggunaan SPayLater

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, variabel gaya hidup terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi penggunaan SPayLater dengan nilai koefisien sebesar 0,424. Selain itu, gaya hidup juga memiliki pengaruh langsung yang positif dan signifikan terhadap penggunaan SPayLater dengan nilai koefisien sebesar 0,410. Sementara itu, hasil pengujian pengaruh tidak langsung menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh terhadap penggunaan melalui intensi dengan nilai koefisien sebesar 0,068 yang juga signifikan.

Temuan ini menunjukkan bahwa gaya hidup berperan dalam meningkatkan niat sekaligus secara langsung mendorong perilaku penggunaan SPayLater. Namun demikian, jika dibandingkan, pengaruh tidak langsung melalui intensi relatif lebih kecil dibandingkan dengan pengaruh langsung. Hal ini mengindikasikan bahwa peran intensi sebagai mediator bersifat parsial dan tidak dominan dalam menjelaskan hubungan antara gaya hidup dan penggunaan SPayLater. Pada perspektif TPB yang dikemukakan oleh Icek Ajzen, gaya hidup yang berkaitan dengan aktivitas belanja online mencerminkan sikap (*attitude*) individu terhadap penggunaan layanan SPayLater. Sikap positif terhadap kemudahan transaksi, fleksibilitas pembayaran, serta daya tarik promosi mendorong terbentuknya intensi penggunaan. Namun, dalam konteks penelitian ini, kuatnya pengaruh langsung gaya hidup terhadap perilaku menunjukkan bahwa penggunaan SPayLater tidak sepenuhnya melalui proses pertimbangan rasional berbasis niat, melainkan juga dipengaruhi oleh pola konsumsi yang telah menjadi kebiasaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menemukan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Shopee PayLater (Maharani & Noor, 2023). Temuan tersebut menunjukkan bahwa gaya hidup digital yang semakin melekat pada mahasiswa mendorong terbentuknya intensi penggunaan layanan paylater. Namun demikian, hasil penelitian ini juga menunjukkan perbedaan dengan penelitian terdahulu yang menemukan bahwa gaya hidup konsumtif justru berpengaruh negatif terhadap perilaku manajemen keuangan dalam penggunaan paylater (Sari & Anam, 2021; Wulandari & hakim, 2022; Pratiwi & Fitria, 2021). Perbedaan ini dapat disebabkan oleh perbedaan fokus variabel dependen, di mana penelitian tersebut menekankan pada aspek pengelolaan keuangan,

sedangkan penelitian ini berfokus pada perilaku penggunaan. Selain itu, karakteristik responden dan konteks penggunaan layanan juga dapat memengaruhi arah hubungan yang dihasilkan.

Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup tidak hanya memengaruhi perilaku melalui intensi, tetapi juga secara langsung memengaruhi penggunaan SPayLater dengan kekuatan yang lebih besar. Hal ini mengindikasikan bahwa perilaku penggunaan SPayLater pada mahasiswa cenderung bersifat habitual atau dipengaruhi oleh kebiasaan, sehingga tidak sepenuhnya melalui proses perencanaan sebagaimana dijelaskan dalam model TPB. Maka dapat disimpulkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan SPayLater, baik secara langsung maupun melalui intensi. Namun, peran mediasi intensi dalam hubungan tersebut bersifat parsial dengan kontribusi yang relatif kecil, sehingga menunjukkan bahwa perilaku penggunaan SPayLater tidak hanya dipengaruhi oleh niat, tetapi juga oleh pola gaya hidup digital yang telah terbentuk.

Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Penggunaan SPayLater

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, variabel lingkungan sosial terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi penggunaan SPayLater dengan nilai koefisien sebesar 0,396. Selain itu, lingkungan sosial juga memiliki pengaruh langsung yang positif dan signifikan terhadap penggunaan SPayLater dengan nilai koefisien sebesar 0,368. Sementara itu, hasil pengujian pengaruh tidak langsung menunjukkan bahwa lingkungan sosial memiliki pengaruh terhadap penggunaan melalui intensi dengan nilai koefisien sebesar 0,064 yang juga signifikan.

Temuan ini menunjukkan bahwa lingkungan sosial berperan dalam membentuk niat sekaligus secara langsung memengaruhi perilaku penggunaan SPayLater. Namun, jika dibandingkan, pengaruh tidak langsung melalui intensi relatif lebih kecil dibandingkan dengan pengaruh langsung. Hal ini mengindikasikan bahwa peran intensi sebagai variabel mediasi bersifat parsial dan tidak dominan dalam menjelaskan hubungan antara lingkungan sosial dan penggunaan SPayLater. Pada perspektif TPB yang dikemukakan oleh Icek Ajzen, lingkungan sosial berkaitan dengan *subjective norms*, yaitu persepsi individu terhadap tekanan sosial dari lingkungan sekitar untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. Dalam konteks penelitian ini, pengaruh dari teman sebaya, keluarga, serta paparan media sosial dapat mendorong individu untuk memiliki niat dalam menggunakan SPayLater. Namun, kuatnya pengaruh langsung lingkungan sosial terhadap penggunaan menunjukkan bahwa tekanan sosial tidak hanya membentuk niat, tetapi juga dapat secara langsung memengaruhi perilaku tanpa melalui proses pertimbangan yang mendalam.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa pengaruh sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Shopee PayLater (Maharani & Noor, 2023; Hikmawati et al., 2024; Tahtiyar & Kurniawati, 2025; Qhairunisa & Cahyono, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa faktor sosial memiliki peran penting dalam mendorong individu untuk menggunakan layanan paylater. Selain itu, penelitian terdahulu juga menemukan bahwa faktor sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna paylater.

Temuan ini memperkuat bahwa lingkungan sosial tidak hanya memengaruhi niat, tetapi juga perilaku konsumsi secara langsung (Kristiatuti et al., 2024). Namun demikian, hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu yang menemukan bahwa faktor sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan Shopee PayLater. Perbedaan ini dapat disebabkan oleh perbedaan karakteristik responden, konteks sosial, serta tingkat paparan terhadap tren digital yang berbeda di masing-masing penelitian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh langsung lingkungan sosial terhadap penggunaan lebih besar dibandingkan pengaruh melalui intensi. Hal ini mengindikasikan bahwa perilaku penggunaan SPayLater pada mahasiswa cenderung dipengaruhi oleh tekanan sosial dan norma kelompok yang telah terbentuk, sehingga individu cenderung mengikuti perilaku yang ada di lingkungannya tanpa melalui proses perencanaan yang kuat. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa lingkungan sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan SPayLater, baik secara langsung maupun melalui intensi. Namun, peran mediasi intensi dalam hubungan tersebut bersifat parsial dengan kontribusi yang relatif kecil, sehingga menunjukkan bahwa perilaku penggunaan SPayLater tidak hanya dipengaruhi oleh niat, tetapi juga oleh pengaruh sosial yang kuat dalam lingkungan individu.

Pengaruh Kontrol Diri terhadap Penggunaan SPayLater

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, variabel kontrol diri terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi penggunaan SPayLater dengan nilai koefisien sebesar 0,304. Selain itu, kontrol diri juga memiliki pengaruh langsung yang positif dan signifikan terhadap penggunaan SPayLater dengan nilai koefisien sebesar 0,376. Sementara itu, hasil pengujian pengaruh tidak langsung menunjukkan bahwa kontrol diri memiliki pengaruh terhadap penggunaan melalui intensi dengan nilai koefisien sebesar 0,049 yang juga signifikan.

Temuan ini menunjukkan bahwa kontrol diri berperan dalam membentuk niat sekaligus secara langsung memengaruhi perilaku penggunaan SPayLater. Namun demikian, apabila dibandingkan, pengaruh tidak langsung melalui intensi relatif lebih kecil dibandingkan dengan pengaruh langsung. Hal ini mengindikasikan bahwa peran intensi sebagai variabel mediasi bersifat parsial dan tidak dominan dalam menjelaskan hubungan antara kontrol diri dan penggunaan SPayLater. Dalam TPB yang dikemukakan oleh Icek Ajzen, kontrol diri berkaitan dengan *perceived behavioral control*, yaitu persepsi individu terhadap kemampuannya dalam mengendalikan suatu perilaku. Individu yang memiliki kontrol diri yang baik cenderung mampu mempertimbangkan keputusan penggunaan layanan SPayLater secara lebih rasional, sehingga dapat memengaruhi terbentuknya intensi penggunaan. Namun, dalam penelitian ini, kuatnya pengaruh langsung kontrol diri terhadap perilaku menunjukkan bahwa faktor pengendalian diri tidak hanya berperan dalam membentuk niat, tetapi juga secara langsung memengaruhi keputusan penggunaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna paylater (Rahmawati & Nuryakin, 2022; Dewi & Warmika, 2022). Selain itu, penelitian oleh terdahulu juga menemukan bahwa kontrol diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan Shopee PayLater, yang menunjukkan bahwa faktor internal individu memiliki peran penting dalam menentukan perilaku penggunaan layanan keuangan digital (Prastiwi & fitria, 2021; Hidayati & wahyuni, 2022).

Penelitian oleh terdahulu menunjukkan bahwa kontrol diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa (Hikmawati et al., 2024). Hal ini memperkuat bahwa kemampuan individu dalam mengendalikan diri berperan penting dalam pengambilan keputusan keuangan, termasuk dalam penggunaan layanan paylater. Namun demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh langsung kontrol diri terhadap penggunaan lebih besar dibandingkan pengaruh melalui intensi. Hal ini mengindikasikan bahwa keputusan penggunaan SPayLater tidak selalu melalui proses perencanaan yang panjang, melainkan juga dipengaruhi oleh kemampuan individu dalam mengendalikan atau justru membiarkan dorongan konsumtif yang muncul secara spontan.

Maka dapat disimpulkan bahwa kontrol diri memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan SPayLater, baik secara langsung maupun melalui intensi. Namun, peran mediasi intensi dalam hubungan tersebut bersifat parsial dengan kontribusi yang relatif kecil, sehingga menunjukkan bahwa perilaku penggunaan SPayLater tidak hanya dipengaruhi oleh niat, tetapi juga oleh faktor pengendalian diri individu dalam menghadapi dorongan konsumsi.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh gaya hidup, lingkungan sosial, dan kontrol diri terhadap penggunaan SPayLater melalui intensi penggunaan pada mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran, maka kesimpulan penelitian ini adalah sebagai berikut: 1). Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan SPayLater, baik secara langsung maupun melalui intensi penggunaan. Namun, pengaruh langsung memiliki kekuatan yang lebih besar dibandingkan pengaruh tidak langsung, sehingga menunjukkan bahwa intensi hanya berperan sebagai mediator parsial dengan kontribusi yang relatif kecil; 2). Lingkungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan SPayLater, baik secara langsung maupun melalui intensi penggunaan. Pengaruh langsung yang lebih dominan menunjukkan bahwa penggunaan SPayLater tidak hanya dipengaruhi oleh niat, tetapi juga oleh tekanan sosial dan norma yang berkembang di lingkungan individu; 3). Kontrol diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan SPayLater, baik secara langsung maupun melalui intensi penggunaan. Namun, peran intensi sebagai mediator bersifat parsial, sehingga menunjukkan bahwa perilaku penggunaan juga dipengaruhi secara langsung oleh kemampuan individu dalam mengendalikan diri.

Implikasi penelitian ini membantu pengembangan strategi edukasi keuangan digital untuk mengendalikan penggunaan SPayLater melalui penguatan kontrol diri dan lingkungan sosial. Keterbatasannya terletak pada fokus sampel mahasiswa satu fakultas serta penggunaan data self-report yang berpotensi bias, sehingga generalisasi hasil masih terbatas dan memerlukan penelitian lanjutan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini, seperti electronic word of mouth (e-WOM), impulsive buying, atau strategi komunikasi pemasaran digital yang dapat memengaruhi penggunaan layanan paylater.

Acknowledgment

-

Daftar Pustaka

- Dewi, N. P. R., & Warmika, I. G. K. (2022). Peran gaya hidup konsumtif dalam memediasi pengaruh financial literacy terhadap perilaku keuangan generasi milenial. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(5), 987–1005. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2022.v11.i05.p08>
- Fatmawati, S., & Suwardi, E. (2024). Paylater as the millennial payment: Theory of planned behavior. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 26(2), 91–102. <https://doi.org/10.9744/jak.26.2.91-102>.
- Hidayat, R., & Putri, A. N. (2023). Pengaruh gaya hidup dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan paylater pada generasi muda. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 9(2), 145–156. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v9i2.7890>

- Hidayati, A. N., & Wahyuni, S. (2022). Pengaruh gaya hidup, kontrol diri, dan literasi keuangan terhadap perilaku penggunaan paylater pada mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 8(1), 98–109. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v8i1.5632>
- Hikmawati, N., Indriasari, I., & Meiriyanti, R. (2024). Pengaruh literasi keuangan, pendapatan, gaya hidup dan risiko terhadap minat menggunakan Shopee PayLater pada generasi milenial. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(4), 7464–7477. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i4.14013>
- Katadata. (2024). 8 layanan PayLater terpopuler di Indonesia, Shopee PayLater juara. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/1c97d81669f0cb7/8-layanan-paylater-terpopuler-di-indonesia-shopee-paylater-juara>
- Kristiastuti, F., Susilawati, M., & Kurniawan, R. (2024). Pengaruh literasi keuangan dan kemudahan transaksi terhadap penggunaan Shopee PayLater. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 19(1), 75–85. <https://doi.org/10.26593/jab.v19i1.9073.75-85>
- Kurniawan, D., & Lestari, S. (2021). Analisis perilaku konsumtif mahasiswa dalam penggunaan layanan paylater. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 210–220. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n3.p210-220>
- Laily, N. (2016). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku mahasiswa dalam mengelola keuangan. *Journal of Accounting and Business Education*, 1(4). <https://doi.org/10.26675/jabe.v1i4.6042>
- Maharani, N. I., & Noor, F. S. (2023). Pengaruh gaya hidup, literasi keuangan, dan kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan Shopee PayLater. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(3), 789–800. <https://doi.org/10.26740/jim.v11n3.p789->
- Novianty, C., Pratiwi, N. M. I., & Mulyati, A. (2025). Pengaruh Lifestyle, Brand image, dan Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian Produk Starbucks di Kota Surabaya. *Journal Social Society*, 5(1), 435–450. <https://doi.org/10.54065/jss.5.1.2025.712>
- Prastiwi, I. E., & Fitria, T. N. (2021). Konsep paylater online shopping dalam perspektif ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 425–432. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1458>
- Pratama, A. R., & Wulandari, D. (2024). Faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan buy now pay later (BNPL) pada mahasiswa di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 3(1), 55–67. <https://doi.org/10.55927/jebd.v3i1.6543>
- Putri, N. M. D. R., & Rahyuda, H. (2017). Pengaruh tingkat financial literacy dan faktor sosiodemografi terhadap perilaku pengelolaan keuangan individu. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 6(9), 3407–3434. <https://doi.org/10.24843/EEB.2017.v06.i09.p09>
- Qhairunisa, I., & Cahyono, E. (2024). Pengaruh literasi keuangan, kemudahan, persepsi risiko terhadap keputusan menggunakan Shopee PayLater dimoderasi gaya hidup Islami. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(5). <https://doi.org/10.56799/ekoma.v3i5.3967>

- Rahmawati, D., & Nuryakin, N. (2023). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan kemudahan penggunaan terhadap perilaku penggunaan paylater. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 2(1), 45–56. <https://doi.org/10.55927/jebd.v2i1.3457>
- Sari, D. A., & Anam, M. K. (2021). Pengaruh literasi keuangan, kontrol diri, dan gaya hidup terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 650–661. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n2.p650-661>
- Sari, M. P., Rahmawati, I., & Nugroho, A. (2022). Pengaruh kemudahan dan risiko terhadap minat penggunaan layanan paylater. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 19(1), 1–12. <https://doi.org/10.21002/jaki.2022.01>
- Sugiyono, (2017), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Syahwa, D. C., & Nuvriasari, A. (2026). Pengaruh Green Marketing Mix, Green Perceived Value, dan Citra Diri terhadap Keputusan Pembelian Skincare N'pure di Yogyakarta. *Journal Social Society*, 6(2), 875–888. <https://doi.org/10.54065/jss.6.2.2026.1059>
- Tahtiyar, A. G., & Kurniawati, L. (2025). Pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan Shopee PayLater. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 8(5). <https://doi.org/10.31539/8fnyb526>
- Vidiantara, C., Supriyanto, Eprianti, Y., & Nasruddin. (2026). Pengaruh Motivasi Intrinsik dan Lingkungan Kerja Non Fisik Terhadap Kinerja Relawan TAGANA di Dinas Sosial Lubuklinggau dengan Kepuasan Kerja sebagai Variabel Intervening. *Journal Social Society*, 6(2), 1081–1090. <https://doi.org/10.54065/jss.6.2.2026.1219>
- Wulandari, P., & Hakim, L. (2022). Pengaruh gaya hidup, kemudahan penggunaan, dan risiko terhadap penggunaan fitur Shopee PayLater. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 8(2), 123–134. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v8i2.5965>