

**ANALISIS KEPUTUSAN MAHASISWA UNIVERSITAS LAMPUNG
DALAM MENGGUNAKAN APLIKASI *PAYLATER***

Skripsi

**Oleh
Muhammad Arif**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2026**

ABSTRAK

ANALISIS KEPUTUSAN MAHASISWA UNIVERSITAS LAMPUNG DALAM MENGGUNAKAN APLIKASI *PAYLATER*

Oleh

MUHAMMAD ARIF

Penelitian ini hendak menganalisis variabel-variabel yang memengaruhi keputusan mahasiswa Universitas Lampung dalam menggunakan layanan *PayLater*. Dengan 100 responden yang dipilih menggunakan algoritma Slovin, penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan strategi asosiatif. Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data, dan skala Likert digunakan untuk analisis deskriptif. Pendapatan mahasiswa, persepsi harga, praktik manajemen keuangan, konsumsi, risiko, dan keamanan termasuk di antara variabel yang diteliti. Menurut temuan penelitian, sebagian besar variabel masuk ke dalam kelompok tinggi, yang berarti mahasiswa memiliki tingkat literasi keuangan, konsumsi, dan kepercayaan terhadap layanan *PayLater* yang cukup baik. Keputusan untuk menggunakan layanan ini masih dianggap rendah hingga sedang. Ini menunjukkan bahwa mahasiswa masih memikirkan masalah keuangan dan kemampuan mereka untuk membayar bahkan ketika *PayLater* memberikan kemudahan dan fleksibilitas. Sementara manajemen keuangan dan persepsi risiko mendorong penggunaan yang berlebihan, persepsi pendapatan dan harga biasanya mendorong penggunaan. Peningkatan kepercayaan juga dipengaruhi oleh persepsi keamanan. Dengan mempertimbangkan semua hal, *PayLater* menjadi opsi pembayaran yang berguna, tetapi memerlukan manajemen uang yang bijaksana.

Kata Kunci: *Paylater*, Keputusan Penggunaan, Mahasiswa, Perilaku Keuangan, Risiko.

ABSTRACT

ANALYSIS THE DECISION OF UNIVERSITY OF LAMPUNG STUDENTS IN USING THE PAYLATER APPLICATION

By

MUHAMMAD ARIF

This study will examine the variables that affect University of Lampung students' decisions to use PayLater services. With 100 respondents chosen using Slovin's algorithm, the study employs a quantitative approach with an associative strategy. Questionnaires were used to gather data, and a Likert scale was used for descriptive analysis. Student income, pricing perception, financial management practices, consumption, risk, and security are among the variables examined. The findings shows the majority of the variables fall into the high group, indicating that students have a respectable degree of financial literacy, consumption, and confidence in PayLater services. The choice to use the service is still regarded as low to medium. This suggests that students still think about financial concerns and their capacity to pay even when PayLater provides ease and flexibility. While financial management and risk perception discourage excessive use, income and price perception typically encourage usage. Increasing trust is also influenced by security perception. All things considered, PayLater turns into a useful payment option, but it necessitates prudent money management.

Keywords: *Paylater, Usage Decisions, Students, Financial Behavior, Risk.*

**ANALISIS KEPUTUSAN MAHASISWA UNIVERSITAS LAMPUNG
DALAM MENGGUNAKAN APLIKASI *PAYLATER***

Oleh
MUHAMMAD ARIF

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA EKONOMI**

Pada

**Jurusan Ekonomi Pembangunan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG**

2026

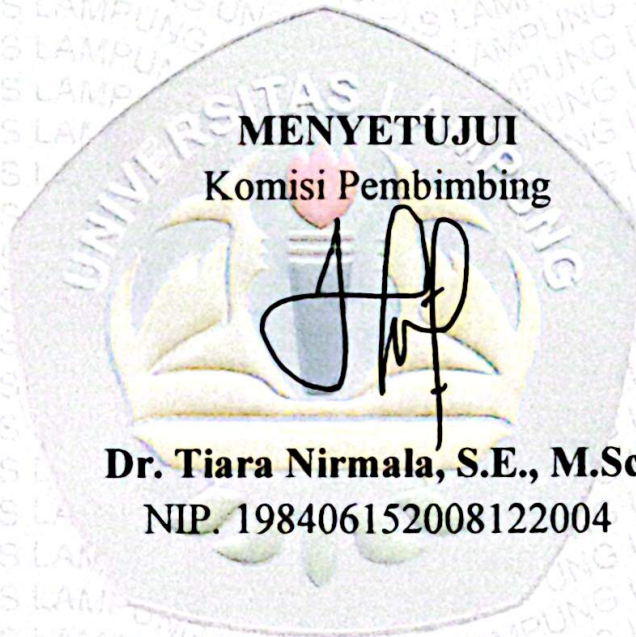
Judul Skripsi : **Analisis Keputusan Mahasiswa Universitas Lampung Dalam Menggunakan Aplikasi Paylater**

Nama Mahasiswa : **Muhammad Arif**

Nomor Pokok Mahasiswa : 1951021021

Jurusan : **Ekonomi Pembangunan**

Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis**



MENYETUJUI
Komisi Pembimbing

Dr. Tiara Nirmala, S.E., M.Sc.
NIP. 198406152008122004

MENGETAHUI

Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan


A handwritten signature in black ink, belonging to Dr. Arivina Ratih Y.T.

Dr. Arivina Ratih Y.T., S.E., M.M.
NIP. 198007052006042002

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Dr. Tiara Nirmala, S.E., M.Sc.**



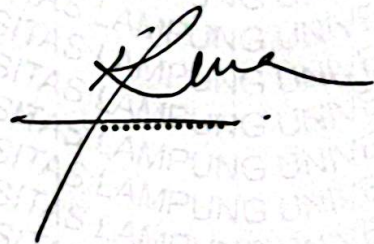
.....

Penguji 1 : **Nurbetty Herlina Sitorus, S.E., M.Si.**



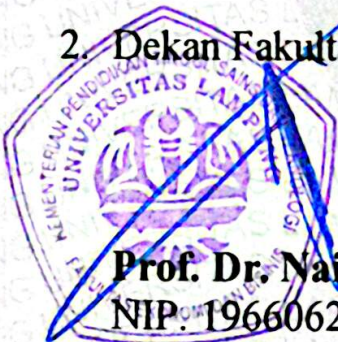
.....

Penguji 2 : **Irma Febriana MK, S.E., M.Si.**



.....

2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si.
NIP. 196606211990031003

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 06 Mei 2026

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “Analisis Keputusan Mahasiswa Universitas Lampung Dalam Menggunakan Aplikasi *Paylater*” telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan bukan merupakan penjiplakan hasil karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi yang berlaku.

Bandar Lampung, 18 Mei 2026

Penulis



Muhammad Arif

NPM. 1951021021

RIWAYAT HIDUP

Penulis adalah anak keempat dari empat bersaudara yang lahir di Lampung Utara pada tanggal 5 Desember 1999 oleh pasangan Bapak Ali Supi Sastra.Lama dan Ibu Saripah Hakim.

Penulis mengawali pendidikannya di TK PG Bunga Mayang, Lampung Utara dan tamat tahun 2006. Penulis meneruskan pendidikan dasar di SD PG Bunga Mayang, Lampung Utara dan tamat tahun 2012. Lalu, pendidikan menengah pertama di SMP PG Bunga Mayang, Lampung Utara dan tamat tahun 2015. Penulis kemudian menempuh sekolah menengah atas di SMA Negeri 2 Bandar Lampung dan lulus tahun 2018.

Pada tahun 2018 penulis memutuskan untuk GapYear sebelum melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi, Karena hendak melanjutkan Pendidikan Kedinasan Akademi Militer, Namun sayang fisik yang kurang mencukupi syarat pendaftaran membuat penulis harus gagal pada percobaan pertama, sebelum akhir berubah pikiran untuk melanjutkan Pendidikan di perguruan tinggi. Penulis melanjutkan kuliah dan diterima sebagai mahasiswa jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung pada tahun 2019. Penulis aktif berorganisasi pada tingkat fakultas maupun Universitas. Pada tahun 2022 penulis menjadi Kepala Bidang 1 Keilmuan dan Penalaran Himpunan Mahasiswa Ekonomi Pembangunan Universitas Lampung dan anggota Kelompok Studi Pasar Modal, dan *Economic and Business Entrepreneur Club FEB Universitas Lampung*.

MOTTO

‘Allah tidak mengatakan hidup itu mudah. Tapi Allah berjanji, bahwa
sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan’

(QS. Al-Insyirah ayat 5-6)

“Dan Dia mengajarkan kepada manusia apa yang tidak diketahuinya”

(QS. Al-Alaq ayat 5)

“Skripsi yang baik adalah yang selesai, sebaik apapun skripsimu tidak akan
mengubah dunia”

(Mak lady)

‘Lamon mak gham sapa lagi, Lamon mak ganta kapan lagi’

(Pepatah Lampung)

‘Kita akan berjaya dengan cara kita ’

(Muhammad Arif)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbilamin, MasyaAllah Tabarakallah

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT karena atas berkah, rahmat, dan kebesarannya penulis akhirnya mampu menuntaskan skripsi ini. Shalawat beserta salam tak lupa disanjung agungkan kepada Rasulullah Nabi Muhammad SAW.

Dengan segenap ketulusan hati, penulis mempersembahkan skripsi ini untuk:

Allah SWT

Terima kasih atas nikmat ibadah, kesehatan, keselamatan, dan ketenangan yang telah diberikan. Skripsi ini terselesaikan karena izin Allah dan tidak ada kekuatan atau kontribusi apapun dari penulis. Terima kasih ya Allah atas hidayah dan petunjuk yang diberikan sehingga meyakinkan penulis bahwa niat menuntut ilmu, belajar, dan mengerjakan skripsi semata-mata hanya untuk ridha Allah SWT, sehingga apapun yang penulis lakukan akan harus terus terhubung kepada Allah. Semoga Allah SWT senantiasa mencurahkan keberkahan pada ilmu, skripsi, dan gelar yang telah diraih. Terakhir, semoga Allah SWT selalu berada di pikiran, hati, dan jiwa penulis.

Bapak, Ibu, Kakak, Teman-Teman, dan Keponakan

Terima kasih atas doa serta dukungan yang tidak henti-hentinya diberikan. Sepanjang menjalani kehidupan kampus, segala bentuk dukungan dari keluarga besar sangatlah berharga karena penulis menyadari dengan hal itu semangat untuk menuntut ilmu khususnya menyelesaikan skripsi menjadi terjaga.

SANWACANA

Alhamdulillah Rabbil 'Alamiin, puji syukur kehadiran Allah Swt. berkat karunia-Nya penulis mampu menuntaskan skripsi berjudul “Analisis Keputusan Mahasiswa Universitas Lampung Dalam Menggunakan Aplikasi *Paylater*”.

Penulis sepenuhnya sadar bahwasannya tanpa bantuan dan kerja sama dari pihak-pihak terkait, penyusunan skripsi ini tak berjalan lancar. Sehubungan dengan hal tersebut, penulis dengan rendah hati hendak berterima kasih yang tulus kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
2. Ibu Dr. Neli Aida, S.E., M.Si. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Alumni.
3. Ibu Dr. Arivina Ratih Yulihar Taher, S.E., MM. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan.
4. Ibu Zulfa Emalia, S.E., M.Sc. selaku Sekretaris Jurusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
5. Ibu Dr. Tiara Nirmala, S.E., M.Sc. selaku dosen pembimbing skripsi yang sudah memberikan doa, ilmu, bimbingan, motivasi, dan waktunya. Terima kasih banyak Ibu telah menenangkan penulis untuk mengerjakan skripsi sampai tuntas. Semoga Allah Swt. selalu memberikan Ibu keberkahan serta kebaikan yang sangat banyak.
6. Ibu Nurbetty Herlina Sitorus, S.E., M.Si. selaku dosen penguji sekaligus dosen pembimbing akademik. Terima kasih atas arahan dan bimbingan dari awal perkuliahan sampai menyelesaikan penulisan skripsi. yang sudah memberikan saran, pemahaman substansi materi, solusi, dan referensi dalam penyelesaian skripsi.

7. Ibu Irma Febriana MK, S.E., M.Si. selaku dosen penguji yang sudah memberi kritik yang konstruktif, ilmu kepenulisan, dan masukan yang sangat berharga untuk karya tulis ini.
8. Ibu Rizka Malia, S.E., M.E. selaku dosen pembahas yang sudah memberi kritik yang konstruktif, ilmu kepenulisan, dan masukan yang sangat berharga untuk karya tulis ini.
9. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis atas dedikasi dan ilmu pengetahuan yang amat solid, berkualitas, dan bermanfaat. Semoga penulis bisa berkontribusi melalui pengetahuan dan pengalaman yang telah didapatkan.
10. Seluruh staf FEB dan staff Jurusan Ekonomi Pembangunan atas bantuannya selama proses penyusunan skripsi.
11. Kedua orang tua Ayah Ali Supi Sastra Lama dan Bunda Saripah Hakim Yang telah membesarkan dan mendidik dengan baik. Semoga Allah SWT menghadiahkan surga Firdaus kepada Ayah dan Bunda.
12. Kakak penulis Yunda Ria , Eses Dian, Acik Putri yang senantiasa mendukung kegiatan penulis selama perkuliahan.
13. Keponakan tercinta Udo Fariz cukik, Abang Almer cukik, Brader Hasbi cukik, Koko Habib cukik, Yunda Hanum cukik, Oti Shanum cukik, Uwo Syahna cukik, dan Alamsyah cukik Semoga menjadi keponakan yang sholeh dan sholeha.
14. Teman-teman jurusan Ekonomi Pembangunan angkatan 2019 khususnya konsentrasi moneter dan perbankan.
15. Terima kasih kepada para responden kuesioner dari Universitas Lampung yang telah bersedia menjadi narasumber sehingga membantu proses penyelesaian skripsi.
16. Semua pihak yang tak bisa disebutkan satu per satu, terima kasih atas doa dan dukungannya dalam menyelesaikan skripsi dan seluruh kegiatan perkuliahan penulis.
17. Terima kasih kepada Almamater Tercinta, Universitas Lampung.
18. Terakhir, penulis hendak berterima kasih kepada diri sendiri dengan amat banyak. Terima kasih telah bertahan sekuat tenaga, terima kasih sudah berusaha menyelesaikan perjalanan panjang ini. Terima kasih untuk tak menyerah saat keadaan berat sekalipun.

Penulis sangat sadar bahwasannya skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karenanya, penulis mengharapkan saran, kritik, dan masukan yang membangun bagi perbaikan di masa depan. Semoga segala doa, dukungan, dan bimbingan yang diberikan kepada penulisan mendapat pahala dari Allah SWT.

Bandar Lampung, 06 Mei 2026

Penulis,

Muhammad Arif

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR TABEL.....	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian:.....	8
1.4 Manfaat Penelitian:.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Fintech	11
2.1.2 Jenis-Jenis Fintech	11
2.1.3 Metode Bayar Nanti/ <i>Paylater</i>	12
2.1.4 Teori Permintaan	14
2.1.5 Pendapatan.....	17
2.1.6 Harga barang atau jasa.....	17
2.1.7 Perilaku manajemen Keuangan (<i>Financial Management Behavior</i>) ..	18
2.1.8 Konsumsi.....	18
2.1.9 Resiko Penggunaan <i>paylater</i>	19
2.1.10 Keamanan Layanan <i>Paylater</i>	21
2.1.11 Landasan Teori Keputusan Konsumen	23
2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.3 Kerangka Pemikiran	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Jenis Penelitian	29
3.2 Data Penelitian	29
3.3 Ruang lingkup penelitian.....	29
3.4 Sumber Data	30

3.5 Definisi Operasional, Pengukuran Variabel dan Klasifikasi	30
3.6 Populasi dan Teknik Sampel.....	31
3.7 Teknik Analisis Data.....	32
3.8 Instrumen Penelitian.....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	40
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian	40
4.2.1 Variabel Independen (X)	40
4.2.2 Variabel Dependen (Y)	41
4.3 Hasil Uji Instrumen Penelitian	41
4.3.1 Uji Validitas.....	41
4.3.2. Uji Reliabilitas.....	45
4.4 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	46
4.4.1 Variabel X1 - Pendapatan Mahasiswa.....	47
4.4.2 Variabel X2 - Harga Barang dan Jasa.....	48
4.4.3 Variabel X3 - Perilaku Manajemen Keuangan.....	50
4.4.4 Variabel X4 - Konsumsi Mahasiswa.....	51
4.4.5 Variabel X5 - Resiko <i>Paylater</i>	53
4.4.6 Variabel X6 - Keamanan Aplikasi <i>Paylater</i>	54
4.5 Hasil Penyebaran <i>Google Form</i> Kuesioner.....	56
4.5.1 Jenis <i>Paylater</i> yang digunakan	56
4.5.2 Jenis Barang yang dibeli Menggunakan <i>Paylater</i>	57
4.6 Pembahasan	58
4.6.1 Pendapatan terhadap Keputusan Menggunakan <i>Paylater</i>	58
4.6.2 Harga Barang terhadap Keputusan Menggunakan <i>Paylater</i>	58
4.6.3 Perilaku Manajemen Keuangan.....	58
4.6.4 Konsumsi Mahasiswa	59
4.6.5 Risiko	59
4.6.6 Keamanan.....	59

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	60
5.1 Kesimpulan.....	60
5.2. Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Frekuensi Responden Menggunakan <i>Paylater</i>	4
Tabel 1.2 Jumlah Pengguna <i>Paylater</i> di Indonesia Menurut Usia (2023).....	6
Tabel 2.1 Jenis-Jenis Fintech dan Contoh Platform.....	11
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3.1 Data Mahasiswa Universitas Lampung 2024.....	31
Tabel 3.2 Defenisi Operasional Variabel dan Indikator.....	37
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Pendapatan Mahasiswa.....	42
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Harga Barang dan Jasa.....	42
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Perilaku Manajemen Keuangann.....	43
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Konsumsi Mahasiswa.....	44
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Resiko.....	44
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Keamanan.....	45
Tabel 4.7 Hasil Uji Reabilitas.....	46
Tabel 4.8 Tabulasi Skoring Variabel Pendapatan.....	47
Tabel 4.9 Tabulasi Skoring Variabel Harga Barang dan Jasa.....	49
Tabel 4.10 Tabulasi Skoring Variabel Perilaku Manajemen Keuangan.....	50
Tabel 4.11 Tabulasi Skoring Variabel Konsumsi Mahasiswa.....	52
Tabel 4.12 Tabulasi Skoring Variabel Resiko.....	53
Tabel 4.13 Tabulasi Skoring Variabel Keamanan.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Fintech P2P Lending di Indonesia Tahun 2019-2022.....	1
Gambar 2.1 Kurva Permintaan.....	14
Gambar 2.2 Kerangka Berfikir.....	28
Gambar 4.1 <i>Paylater</i> yang digunakan Mahasiswa.....	56
Gambar 4.2 Persentase Jenis Barang	57

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesatnya perkembangan digitalisasi teknologi sudah melahirkan beragam pembaharuan di berbagai bidang, termasuk sektor keuangan. Salah satu wujudnya adalah hadirnya *Financial Technology (Fintech)* yang semakin diminati dalam beberapa tahun terakhir. *Fintech* memberi solusi keuangan yang mudah, cepat, dan terjangkau dibanding dengan layanan keuangan tradisional. Hal ini menimbulkan minat banyak masyarakat, terutama mereka belum mampu mengakses layanan finansial formal. Selama beberapa tahun terakhir, Indonesia telah menyaksikan perkembangan *fintech*, sebuah inovasi dalam industri layanan keuangan. *Fintech* adalah terobosan teknologi di sektor layanan keuangan. Solusi *fintech* umumnya berbentuk sistem yang dirancang guna menjalankan prosedur transaksi finansial tertentu. Inovasi *fintech* mengacu pada bisnis di industri layanan finansial yang mengaplikasikan teknologi guna mempercepat serta mempermudah layanan finansial yang mereka tawarkan (Idris, 2021).

Gambar 1.1 Pengguna Fintech P2P Lending di Indonesia Tahun 2019-2022



Sumber: (OJK, 2023)

Gambar 1.1 memperlihatkan jumlah pengguna *fintech P2P Lending* meningkat signifikan setiap tahun nya, dapat dilihat pada tahun 2020. Jumlah pengguna nya melonjak 83,33% dari tahun sebelumnya, juga dapat dilihat pada tahun 2022 jumlah pengguna *fintech P2P Lending* mencapai 17,5 juta pengguna yang artinya melonjak pesat sebanyak 483,33% dari 3 tahun sebelumnya. Hal ini didorong oleh berbagai faktor, seperti kemudahan akses pendanaan, tingkat penetrasi internet yang tinggi, dan edukasi masyarakat yang semakin meningkat mengenai layanan keuangan digital.

Pembiayaan *fintech*, yang kadang dikenal sebagai pinjaman *peer-to-peer*, ialah layanan yang memungkinkan kreditur (pemberi pinjaman) dan debitur (peminjam) guna meminjam dan meminjamkan uang secara langsung dalam rupiah, sesuai POJK No.77/POJK.01/2016. Pada tahun 2021, 17,3 juta peminjam menerima pinjaman dengan total 29,88 triliun rupiah dari *fintech P2P lending* (OJK, 2022). Layanan ini dikenal pula dengan sebutan Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi (LPMUBTI).

Menurut data OJK pada Desember 2023, terdapat 121,47 juta rekening pengguna *fintech P2P Lending* di Indonesia. Jumlah ini memperlihatkan pertumbuhan yang signifikan dibanding periode sebelumnya, yaitu naik 1,04% secara *Month on Month* (MoM). Peningkatan jumlah pengguna *P2P Lending* di Indonesia didorong oleh beberapa faktor, seperti mudah diakses melalui smartphone, sehingga menjangkau lebih banyak masyarakat, termasuk yang tiada akses ke layanan perbankan klasik, lalu proses ajuan pinjaman di *platform P2P Lending* umumnya lebih efisien dibanding bank. *Platform P2P Lending* umumnya memberi suku bunga lebih bersaing dibanding bank, yang juga menawarkan berbagai jenis pinjaman, sehingga dapat memenuhi kebutuhan berbagai macam peminjam. Secara keseluruhan, industri *P2P lending* di Indonesia menunjukkan tren positif dengan pertumbuhan pengguna yang signifikan pada periode 2019-2022.

Pengertian dari *fintech* sendiri ialah kebaruan bidang keuangan berbasis teknologi terbaru (Chrismastianto, 2017). Saat ini *fintech* yang sedang sangat berkembang adalah layanan *paylater*, dimana di Indonesia, hal ini bisa difasilitasi oleh lembaga jasa keuangan bank, pembiayaan, atau *fintech P2P lending*. Saat ini sudah banyak sekali layanan-layanan penyedia *paylater* baik itu berasal dari bank atau non di Indonesia. Baik yang awasi oleh OJK atau tidak. Contoh *paylater* yang di awasi OJK adalah Shopee *paylater*, Kredivo, Akulaku sebagai *platform* dengan tingkat pemakaian terbesar di Indonesia. Terdapat 102 penyelenggara *fintech* yang terdiri dari 98 penyelenggara *Fintech Lending* dan 4 penyelenggara Uang Elektronik (OJK, 2023).

Untuk memberikan pelanggan pilihan metode pembayaran saat menyelesaikan transaksi, *platform e-commerce* telah mengadopsi layanan metode pembayaran *paylater* (Prastiwi & Fitria, 2021). Pengguna layanan *paylater* tetap perlu berhati-hati saat memilih *platform Fintech* yang menawarkan layanan pinjaman online berbasis *paylater*, yang kini dapat diakses secara luas. Ini berarti kita perlu mencari dengan cermat layanan *paylater* yang terdaftar dan diawasi oleh OJK serta menjamin keamanan data (Novendra & Aulianisa, 2020). Tingkat pendapatan berpengaruh dalam penggunaan *paylater*, karena layanan *paylater* saat ini diawasi oleh badan resmi seperti OJK. Sehingga setiap pengguna yang ingin menggunakan *paylater* akan dilihat pendapatannya dengan tujuan tidak terjadinya penipuan atau keterlambatan dalam pembayaran.

Dalam layanan *paylater* diterangkan bahwa durasi pembayaran cicilan atau tenor mulai dari 1, 2, 3, 6 bulan bahkan bisa ditentukan sendiri oleh pengguna, yang dengan harapan para pengguna bisa tepat waktu dalam membayarnya. Bila ketika jatuh tempo tagihan belum mampu membayar, olehnya ada sanksi pembatasan akses di mana fitur *paylater* tak bisa digunakan lagi.

Pengguna akan menerima risiko waktu ini, dan pengguna bayar nanti hendak memperhitungkannya. Risiko waktu terkait dengan kekhawatiran kehilangan waktu sebagai akibat dari menggunakan atau membeli barang atau jasa (Schiffman & Kanuk, dalam Winaldi, 2021). Risiko waktu dapat secara tidak langsung mempengaruhi seseorang untuk memilih opsi pembayaran *paylater* saat melakukan transaksi. Untuk mengajukan *Paylater*, pelanggan harus memberikan alamat dan informasi kontak darurat mereka. Hal ini dimaksudkan agar pihak *paylater* dapat menghubungi anggota keluarga terdekat jika proses pinjaman jatuh tempo dan debitur tidak dapat dihubungi. Ini terkait dengan risiko sosial dalam hal ini. Schiffman & Kanuk (2021) menyatakan bahwa risiko sosial terkait akan kekhawatiran konsumen mengenai apa yang orang lain pikirkan mengenai keputusan mereka guna membeli produk/jasa.

Pelanggan yang tak mampu membayar tagihan mereka setelah tanggal jatuh tempo menghadapi risiko sosial merasa malu. Risiko mempengaruhi pilihan untuk membeli dengan *Paylater*. Hal ini mendukung penelitian Canestren (2021). Meskipun konsumen harus mengisi data pribadi dalam menggunakan *paylater* hal tersebut tidak perlu dikhawatirkan dikarenakan *paylater* yang sudah terpercaya tentunya diawasi oleh OJK sehingga data yang di unggah oleh responden akan aman.

Tabel 1.1 Frekuensi Responden Menggunakan *Paylater* 2023

Frekuensi responden menggunakan <i>Paylater</i> 2023	
Lebih dari 1 Kali sebulan	39,9 %
1 Bulan Sekali	20,8 %
3 Bulan Sekali	20,1 %
6 Bulan Sekali	13 %
1 Tahun Sekali	6,2 %

Sumber: (Annur, 2023)

Frekuensi dalam penggunaan *paylater* adalah seberapa banyak konsumen dalam menggunakan *paylater* dalam satu bulan, dapat dilihat dari data di atas penggunaan *paylater* lebih dari satu kali dalam sebulan memiliki persentase yang tinggi. Kemudahan penggunaan dan kepraktisan yang ditawarkan layanan *Paylater* kepada pelanggan mereka ternyata memiliki efek negatif bagi mereka, yang mengarah pada perkembangan perilaku adiktif yang membuat pengguna *Paylater* terus menambah utang dan secara konsisten menggunakan *Paylater* sebagai opsi metode pembayaran dalam transaksi mereka. Misalnya, ketika seorang pengguna mencoba menggunakan layanan *paylater* untuk pertama kalinya dan menyelesaikan transaksi dengan berhasil, mereka bersedia dan mampu membayar karena mereka menyetujui syarat dan ketentuan ketika mengajukan pinjaman *paylater*.

Penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa niat menggunakan *PayLater* (*purchase intention / intention to use*) dipengaruhi oleh variabel seperti *perceived usefulness*, *trust*, literasi keuangan, dan fitur produk. Studi oleh Salsabila et al. (2024) menyebutkan *perceived trust* dan *perceived usefulness* secara signifikan meningkatkan *interest in using Shopee PayLater* di kalangan Generasi Z. Pada beberapa *platform*, konsumen yang sering menggunakan layanan bayar nanti akan melihat peningkatan batas pinjaman dan tambahan tabungan. Dalam ekonomi mikro, teori permintaan konsumen menegaskan keputusan konsumsi tak sekedar ditentukan oleh preferensi, namun ada kendala anggaran (*budget constraint*) yang membatasi kemampuan individu dalam memenuhi kebutuhan barang dan jasa. Parkin (2017) menjelaskan bahwa perubahan pendapatan dan harga akan memengaruhi kemampuan konsumen dalam mengalokasikan pengeluaran, sehingga konsumen cenderung mencari alternatif ketika terjadi ketidaksesuaian antara kebutuhan konsumsi dan daya beli. Sejalan dengan hal tersebut, layanan *Paylater* dapat dipahami sebagai bentuk inovasi pembayaran yang memungkinkan konsumen melakukan penyesuaian terhadap kendala anggaran melalui mekanisme konsumsi antarwaktu (*intertemporal consumption*), yaitu konsumsi dilakukan pada periode sekarang dengan konsekuensi pembayaran pada periode berikutnya (Parkin, 2017).

Penggunaan *paylater* menjadi relevan untuk dikaji pada kelompok yang umumnya menghadapi keterbatasan pendapatan namun memiliki kebutuhan konsumsi yang tetap berjalan, salah satunya adalah mahasiswa. Bagi mahasiswa Universitas Lampung, pendapatan berperan sebagai batas utama dalam pengeluaran. Ketika harga barang relatif tinggi dan tidak sesuai dengan tingkat pendapatan, layanan *Paylater* menjadi substitusi pembayaran tunai melalui mekanisme konsumsi intertemporal, yaitu konsumsi dilakukan saat ini sementara pembayaran ditunda pada periode mendatang (Parkin, 2017).

Namun, dalam perspektif ekonomi mikro, konsumsi *intertemporal* pada dasarnya mengandung konsekuensi berupa pergeseran beban pengeluaran ke periode berikutnya, sehingga apabila keputusan penggunaan *paylater* tidak disertai perencanaan anggaran yang memadai, maka dapat meningkatkan risiko ketidakmampuan membayar serta mendorong akumulasi kewajiban finansial di masa mendatang.

Tabel 1.2 Jumlah Pengguna *Paylater* di Indonesia Menurut Usia (2023)

Usia	Nilai
18 sampai 35 tahun	70,4 %
36 sampai 45 tahun	21,3 %
46 sampai 55 tahun	7,2 %
Diatas 56 tahun	1,1 %

Sumber : (Yesidora, 2024)

Dari data yang terdapat pada tabel 1.2 , rentang usia mahasiswa S1, S2, dan S3 yaitu 18 sampai 35 tahun, memiliki persentase 70,4% , hal ini yang memperkuat saya untuk meneliti lebih lanjut dengan target mahasiswa. Menurut data yang terdapat dari Biro Akademik dan Kemahasiswaan Universitas Lampung, jumlah mahasiswa aktif pada Universitas Lampung terhitung berjumlah 48.419 jiwa pada tahun 2024.

Sesuai hasil penelitian, layanan *Paylater* yang menawarkan kemudahan pembayaran tanpa perlu langsung membayar telah mendorong perilaku pembelian impulsif dan konsumtif khususnya di kalangan generasi muda, karena kemudahan akses membuat keputusan berhutang terlihat lebih ringan tanpa mempertimbangkan konsekuensi finansial jangka Panjang (Muslih et al., 2025).

Penggunaan kredit atau utang online akan berubah menjadi sumber daya finansial bagi penggunanya, yang memerlukan pengelolaan atas sumber daya finansial dalam bentuk utang tersebut melalui perencanaan, pencatatan, pelaporan, dan prosedur akuntansi. Sehingga salah satu faktor seseorang berani menggunakan *paylater* karena dapat melakukan perilaku mengelola keuangan yang baik. Di samping itu, penelitian ini juga hendak menelaah apakah hadirnya fitur *paylater* memberikan manfaat bagi mahasiswa, khususnya dalam mendukung kebutuhan finansial mereka, atau justru mendorong terjadinya perilaku *impulsive buying*, serta melihat apa yang membuat mahasiswa menggunakan atau tidak menggunakan *paylater*.

Sesuai latar belakang di atas, penulis akan meriset topik ini guna mengetahui **“ANALISIS KEPUTUSAN MAHASISWA UNIVERSITAS LAMPUNG DALAM MENGGUNAKAN APLIKASI PAYLATER”** sehingga penulis bisa menganalisis apa saja yang mempengaruhi mahasiswa Universitas Lampung dalam menggunakan *Paylater*.

1.2 Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang, berikut ini sejumlah rumusan masalah penelitian:

1. Bagaimana pendapat mahasiswa terhadap Keputusan penggunaan aplikasi *paylater* di Universitas Lampung?
2. Bagaimana harga barang terhadap keputusan penggunaan aplikasi *paylater* di Universitas Lampung?
3. Bagaimana perilaku manajemen keuangan terhadap Keputusan penggunaan aplikasi *paylater* di Universitas Lampung?

4. Bagaimana konsumsi mahasiswa terhadap keputusan penggunaan aplikasi *paylater* di Universitas Lampung?
5. Bagaimana risiko *paylater* terhadap keputusan penggunaan aplikasi *paylater* di Universitas Lampung?
6. Bagaimana keamanan aplikasi *paylater* terhadap keputusan penggunaan aplikasi *paylater* di Universitas Lampung?
7. Faktor manakah yang paling dominan mempengaruhi keputusan mahasiswa Universitas Lampung dalam menggunakan aplikasi *paylater*?

1.3 Tujuan Penelitian:

1. Untuk menganalisis pendapatan mahasiswa terhadap keputusan penggunaan aplikasi *paylater* di Universitas Lampung.
2. Untuk menganalisis harga barang terhadap keputusan penggunaan aplikasi *paylater* di Universitas Lampung
3. Untuk menganalisis perilaku manajemen keuangan terhadap keputusan penggunaan aplikasi *paylater* di Universitas Lampung.
4. Untuk menganalisis konsumsi mahasiswa terhadap keputusan penggunaan aplikasi *paylater* di Universitas Lampung.
5. Untuk menganalisis risiko *paylater* terhadap keputusan penggunaan aplikasi *paylater* di Universitas Lampung.
6. Untuk menganalisis keamanan aplikasi *paylater* terhadap keputusan penggunaan aplikasi *paylater* di Universitas Lampung.
7. Untuk mengidentifikasi faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan mahasiswa Universitas Lampung dalam menggunakan aplikasi *paylater*.

1.4 Manfaat Penelitian:

1. Manfaat Teoritis

- Temuan riset berkontribusi terhadap pengembangan literatur ekonomi mikro, terutama perilaku konsumsi, manajemen keuangan pribadi, serta penggunaan layanan keuangan berbasis teknologi (*fintech*) di kalangan mahasiswa.
- Hasil riset memperbanyak kajian akademis mengenai faktor yang mempengaruhi pengaruh penggunaan aplikasi *paylater*; sehingga dapat dijadikan referensi bagi riset lanjutan yang meneliti topik serupa.

2. Manfaat Praktis

- Bagi Mahasiswa: Riset ini menjadi bahan bacaan agar mahasiswa lebih bijak saat menggunakan layanan *paylater*.
- Bagi Penyedia Layanan *Paylater* : Hasil riset memberi masukan mengenai faktor yang mendorong maupun menghambat penggunaan *paylater*, sehingga dapat dijadikan dasar dalam penyusunan strategi pemasaran, inovasi produk, maupun peningkatan keamanan layanan.
- Bagi Universitas: Riset ini memberi gambaran perilaku keuangan mahasiswa, sehingga bisa menjadi pertimbangan guna memberikan edukasi literasi keuangan dan program pendukung kesejahteraan mahasiswa.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1. Fintech

Financial Technology (fintech) adalah inovasi dalam bidang jasa keuangan, dimana terdapat integrasi antara teknologi digital dengan layanan finansial guna meningkatkan aksesibilitas, efisiensi, serta kenyamanan dalam bertransaksi. Kehadiran *fintech* tidak hanya menghadirkan produk keuangan baru seperti dompet digital, *peer-to-peer lending*, dan *paylater*, tetapi juga mengubah pola konsumsi dan perilaku keuangan masyarakat, khususnya generasi muda. Secara ekonomi, fintech berperan dalam menurunkan biaya transaksi, memperluas inklusi keuangan, dan mendorong pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan efisiensi sistem pembayaran (World Bank, 2023).

Fintech diartikan dan digunakan beragam. Berikut adalah contoh definisi menurut beberapa para Ahli :

- *Fintech* ialah industri baru yang menggabungkan teknologi dengan layanan keuangan guna meningkatkan aktivitas finansial yang ada (Schueffel, 2016).
- *Fintech* dipandang sebagai fenomena disruptif yang mengubah struktur pasar keuangan, menghadirkan layanan alternatif yang lebih efisien, dan memaksa institusi keuangan konvensional untuk beradaptasi (Puschmann, 2017).
- Teknologi finansial adalah bisnis yang menerapkan teknologi guna mencetak uang dengan memberikan layanan finansial kepada pelanggan (Wilson, 2017).

Pada intinya, finansial teknologi ialah kombinasi antara teknologi dan jasa keuangan untuk membantu meningkatkan perekonomian dengan cara efisiensi dan keamanan dalam sistem pembayaran yang dilakukan oleh pengguna. Perusahaan jasa keuangan dari berbagai jenis, termasuk yang menangani pembayaran, asuransi, kredit, tabungan, dan sebagainya. Penyedia layanan keuangan mencakup penyedia layanan pembayaran, sektor perbankan, dan lembaga keuangan lain; pelanggan *fintech* mencakup semua konsumen di semua tingkat pendapatan, pelaku bisnis di segala skala perusahaan, dan pemerintah. Misalnya, perusahaan rintisan, pedagang, *fintech*, perusahaan telekomunikasi, dan perusahaan lainnya.

2.1.2 Jenis-jenis Fintech

Tabel 2.1 Jenis-Jenis Fintech dan Contoh Platform

No	Kategori Fintech	Penjelasan	Contoh Platform
1	<i>Peer-to-Peer (P2P) Lending</i>	Peminjam dan pemberi pinjamannya dapat bertemu secara daring di sini. Memungkinkan individu atau UMKM memperoleh akses kredit dengan cepat tanpa prosedur perbankan konvensional.	<i>Shopee Paylater, Gopay later, Akulaku.</i>
2	<i>Payment Gateway & Dompot Digital (E-Wallet)</i>	Layanan pembayaran digital untuk transaksi <i>online</i> maupun <i>offline</i> . Dompot digital mempermudah transfer, pembayaran belanja, <i>top-up</i> saldo, dan pembayaran tagihan.	OVO, DANA, GoPay
3	<i>Crowdfunding & Microfinancing</i>	<i>Platform</i> penggalangan dana untuk proyek, usaha, atau UMKM. Memperluas akses keuangan bagi pelaku usaha mikro yang kesulitan mendapatkan kredit formal.	Kitabisa, Amarthia
4	Sistem Pembayaran Digital (<i>Digital Payment System</i>)	Layanan pembayaran elektronik untuk tagihan, pembelian pulsa, transportasi, dan transaksi lainnya, mempermudah pembayaran tanpa uang tunai.	LinkAja, ShopeePay

5	<i>Market Aggregator</i>	<i>Platform</i> yang menyediakan informasi, perbandingan, dan evaluasi produk keuangan guna membantu konsumen saat merumuskan keputusan agar lebih sesuai.	CekAja, Cermati
6	Asuransi Digital (<i>Insurtech</i>)	Layanan asuransi berbasis digital yang mempermudah akses, pembelian polis, klaim, dan penentuan premi yang fleksibel melalui aplikasi.	PasarPolis, Qoala

Sumber : (OJK, 2025)

Dari jenis-jenis *fintech* diatas, penelitian ini akan berfokus pada *Peer-to-Peer Lending (paylater)*.

2.1.3 Metode Bayar Nanti/ *Paylater*

Paylater ialah layanan finansial yang menerima pembayaran bulanan tanpa memerlukan kartu kredit. Teknik kredit kontemporer ini saat ini sedang dibahas di sejumlah tempat *fintech*. Sebenarnya, kemampuan ini juga tersedia secara luas, mulai dari pemesanan tiket liburan hingga *e-commerce* (Prastiwi & Fitria, 2021). Pengguna dan pelaku usaha penyedia layanan *Paylater* akan mendapatkan jaminan dan perlindungan berkat BI dan OJK. Aturan-aturan ini mencakup UU No. 19 (2016) tentang Perubahan UU No. 11 (2008) tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta PBI No. 18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran dan POJK No. 77/POJK.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Berbasis Teknologi Informasi. Perubahan atas UU No. 11 (2008) tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) diatur dalam UU No. 19 (2016).

- Selain kesederhanaan dan kenyamanannya, *Paylater* adalah metode pembayaran alternatif yang populer di kalangan milenial:
 - 1) Opsi pembayaran "beli sekarang, bayar nanti" cukup praktis, khususnya saat ada kebutuhan mendesak, dan prosesnya lebih cepat serta lebih efisien. Ketika lebih banyak uang dibutuhkan untuk keperluan lain, kemampuan ini juga dapat digunakan sebagai transaksi pengganti guna memperoleh utang

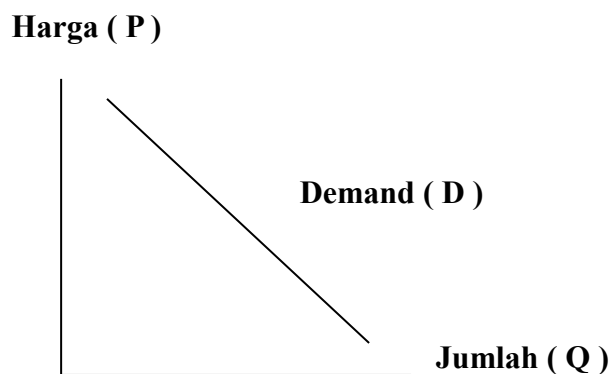
lebih cepat. Mereka yang ingin mengajukan dapat melakukannya dengan kualifikasi minimal berkat fungsi ini.

- 2) Berbagai Tenor (Beberapa hingga 1 Tahun): Tergantung pada preferensi dan kemampuan finansial pembeli, tenor atau durasi pembayaran juga dapat diubah. Di berbagai dompet digital dan situs *e-commerce*, tenor *PayLater* bervariasi dari 1 - 12 bulan. Suku bunga bisa lebih rendah jika tenor yang lebih pendek dipilih. Bahkan, beberapa pengecer online hanya menetapkan bunga 1% kepada pelanggan yang memilih durasi satu bulan.
 - 3) Berbagai promosi yang menarik Perusahaan memberikan promosi yang lebih menarik kepada pelanggan yang menggunakan opsi *Paylater* saat membeli seiring perkembangan produk. Akibatnya, satu faktor pendorong banyak orang untuk mengadopsi metode ini adalah adanya insentif-insentif tersebut.
- Selain kesederhanaannya dalam penggunaan dan kenyamanannya, *Paylater* memiliki kelemahan berikut:
 - 1) *Paylater* tidak memfasilitasi pembelian yang mudah; ada biaya tambahan dan bunga. Namun, layanan ini meminta guna membeli produk serta bunga lainnya. Pada akhirnya, kami memutuskan untuk membeli terlebih dahulu dan membayar kemudian karena godaan, meskipun sebenarnya kami memiliki cukup uang. Periode pembayaran yang panjang adalah satu-satunya keuntungan *Paylater*. Sekali menggunakan fitur *Paylater* dan berhasil, mendorong menjadi makin konsumtif. Sikap konsumtif menjadi semakin sulit dikendalikan sebagai akibat dari peningkatan batas ini. Akhirnya, menjadi mustahil untuk menghentikan kebiasaan membeli.

- 2) Jika pendapatan tinggi dan kartu kredit tidak digunakan, *Paylater* konvensional mungkin menjadi opsi yang baik jika pengeluaran bulanan memberatkan dan pengelolaan keuangan tidak tertata. Namun, kita akan mengalami kesulitan keuangan jika pendapatan tetap sama sedangkan pengeluaran bulanan meningkat akibat cicilan. Pembayaran bulanan akan signifikan jika banyak akun *Paylater* digunakan untuk pembelian.
- 3) Jika kita membayar setelah tenggat waktu, kita bisa dikenai denda dan menghabiskan uang bagi barang yang tak diperlukan. Secara umum, denda yang wajib dibayar beragam tergantung pada kesepakatan awal.

2.1.4 Teori Permintaan

Gambar 2.1 Kurva permintaan :



Sumber: Pengantar Teori Mikroekonomi. Edisi Ketiga. Sukirno (2004)

Permintaan adalah ketika anda menginginkannya, mampu menjangkaunya, berencana membeli barang atau jasa, keinginan merupakan hasrat atau kehendak tidak terbatas yang orang-orang miliki untuk barang dan jasa. Menurut hukum permintaan, jumlah barang yang diinginkan menurun seiring meningkatnya harga lalu meningkat seiring turunnya harga, *ceteris paribus*. Harga yang lebih tinggi menurunkan jumlah yang diminta karena dua alasan:

- efek substitusi: Ketika harga barang naik, *ceteris paribus*, harga *relatifnya* - biaya peluangnya naik.

- efek pendapatan: saat harga naik, *ceteris paribus*, maka harga akan naik secara *relatif* terhadap pendapatan.

Kurva permintaan dalam mikroekonomi menunjukkan bagaimana, *ceteris paribus*, jumlah barang/jasa diminta oleh konsumen pada titik harga yang berbeda berhubungan dengan harganya (Mankiw, 2022). Aturan permintaan, yang menyebut jumlah yang diminta turun saat harga naik dan sebaliknya, umumnya digambarkan oleh kemiringan kurva ini turun dari kiri atas ke kanan bawah. *Paylater* adalah inovasi layanan keuangan digital yang membuat pelanggan membeli produk /jasa sekarang dan membayarnya nanti. Dengan adanya *paylater*, konsumen memperoleh ketersediaan daya beli tambahan tanpa harus membayar secara penuh di muka (Prastiwi & Fitria, 2021). Hal ini menyebabkan beberapa implikasi terhadap kurva permintaan:

1. Pergeseran Kurva Permintaan ke Kanan

Layanan *paylater* meningkatkan kemampuan konsumen guna membeli barang/jasa pada harga tertentu. Dalam grafik permintaan, jumlah barang diminta pada setiap tingkat harga meningkat. Hal ini secara konseptual ditunjukkan dengan pergeseran kurva permintaan ke kanan (Horne & Wachowicz, 2016). Dengan kata lain, pada harga yang sama, konsumen yang menggunakan *paylater* cenderung membeli lebih banyak dibandingkan yang hanya menggunakan pembayaran tunai.

2. Perubahan Elastisitas Permintaan

Paylater membuat konsumen kurang memperhatikan harga, karena pembayaran ditunda. Fenomena ini mengurangi elastisitas harga permintaan dalam jangka pendek, terutama untuk barang konsumsi harian atau barang yang dibutuhkan secara mendesak. Konsumen mungkin bersedia membeli lebih banyak meskipun harga naik, karena biaya aktual yang harus dibayar saat transaksi awal rendah (Diéguez et al., 2023).

3. Dampak Jangka Panjang

Meskipun *paylater* meningkatkan permintaan dalam jangka pendek, konsumsi berlebihan dapat terjadi jika konsumen tidak mampu membayar kewajibannya di masa depan. Jika tingkat utang meningkat secara signifikan, daya beli sesungguhnya menurun, yang dapat menyebabkan pergeseran kembali kurva permintaan atau bahkan penurunan permintaan di jangka panjang.

4. Implikasi pada Strategi Pemasaran dan Kebijakan Keuangan

Perusahaan *e-commerce* dan fintech dapat menggunakan efek *paylater* ini untuk meningkatkan volume penjualan. Namun, pengaturan risiko kredit menjadi penting agar permintaan yang meningkat tidak diikuti oleh tingkat gagal bayar yang tinggi (Schueffel, 2016).

Penggunaan *paylater* memodifikasi kurva permintaan konsumen dengan meningkatkan jumlah yang diminta pada harga tertentu dan menurunkan sensitivitas terhadap harga dalam jangka pendek. Kurva permintaan secara konseptual bergerak ke kanan, mencerminkan peningkatan daya beli yang disebabkan oleh kemudahan pembayaran di masa depan. Oleh karena itu, *paylater* berperan signifikan dalam mempengaruhi perilaku konsumen dan dinamika pasar di sektor *e-commerce* dan keuangan digital.

Faktor yang dapat menimbulkan perubahan dalam permintaan Adalah :

1. Harga barang lain yang masih ada kaitannya
2. Ekspektasi harga
3. Pendapatan
4. Pekiraan pendapatan dan utang
5. Banyaknya penduduk (Parkin, 2017).

2.1.5 Pendapatan

Permintaan dipengaruhi oleh pendapatan konsumen; ketika uang bertambah, orang membeli lebih banyak dan sebaliknya. Meskipun kebanyakan barang mengalami peningkatan permintaan saat pendapatan naik, tidak semua barang mengalami peningkatan permintaan (Parkin, 2017). Menurut Pendahuluan Teori Mikroekonomi, pendapatan didefinisikan sebagai jumlah uang yang diserahkan sesuai capaiannya; ini termasuk kekayaan dan pendapatan dari usaha atau profesi sendiri. Jenis pekerjaan menentukan seberapa banyak uang yang dihasilkan. Tingkat konsumsi masyarakat difaktori tingkat pendapatan (Sukirno, 2010). Pada banyak situasi ekonomi, hubungannya pendapatan dan konsumsi sangat penting. Kenyataannya adalah ketika pendapatan meningkat, pengeluaran konsumen juga meningkat, dan ketika pendapatan menurun, pengeluaran konsumsi menurun. Salah satu gagasan kunci yang paling umum digunakan untuk menilai situasi keuangan seseorang atau rumah tangga adalah tingkat pendapatan mereka. Pendapatan ialah total imbalan nyata lainnya yang diterima seseorang atau rumah tangga dari penggunaan sumber daya atau layanan mereka selama periode waktu tertentu dalam sebuah aktivitas ekonomi (Winardi dalam Firdausa, 2012).

2.1.6 Harga barang atau jasa

Dalam kajian ekonomi pembangunan, harga dipahami sebagai sinyal pasar yang berperan penting dalam mengalokasikan sumber daya serta memberikan insentif bagi produsen dan konsumen (Todaro & Smith, 2012). Mankiw (2022) mendefinisikan harga sebagai nilai uang yang wajib dibayar pembeli guna mendapat produk/jasa, di mana nilai tersebut terbentuk dari interaksi antara permintaan dan penawaran. Sukirno (2010) menegaskan bahwa harga merupakan hasil kesepakatan antara penjual dan pembeli yang ditentukan oleh kekuatan pasar, serta menjadi mekanisme utama dalam distribusi barang dan jasa.

Keynes (2018) menekankan bahwa harga, bersama dengan pendapatan, memiliki peran sentral dalam memengaruhi konsumsi dan keputusan ekonomi rumah tangga. Konsep harga tersebut relevan dalam konteks layanan *paylater*, di mana konsumen tidak hanya mempertimbangkan harga barang dan jasa yang ditawarkan, tetapi juga

biaya tambahan berupa bunga, denda, atau biaya administrasi sebagai konsekuensi penggunaan jasa tersebut. Dengan demikian, harga dalam aplikasi *paylater* tidak semata merefleksikan nilai barang atau jasa, melainkan juga mencerminkan biaya layanan finansial yang dapat memengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa.

2.1.7 Perilaku manajemen Keuangan (*Financial Management Behavior*)

Perilaku Manajemen Keuangan, yang digambarkan sebagai bagaimana seseorang atau organisasi menangani finansial hariannya, termasuk perencanaan, penganggaran, audit, pengelolaan, regulasi, pencarian, dan penyimpanan, adalah salah satu gagasan paling signifikan di dunia keuangan (Al Kholilah & Iramani, 2013). Perilaku manajemen keuangan ialah saat dana dialokasikan dengan seefektif mungkin guna mengoptimalkan kekayaan investor. Yang menjadi bagian dari hal ini ialah etika finansial, yakni di mana seseorang mengatur keuangannya secara terstruktur guna mencukupi kebutuhan hidupnya (Wilson dalam Telaumbanua, 2024). Berdasarkan uraian teori diatas, dapat disimpulkan bahwa perilaku manajemen keuangan ialah tanggungjawabnya setiap orang/grup guna memanejemen finansialnya sesuai kebutuhan dengan baik (Telaumbanua, 2024). Menurut Yusanti dalam (Telaumbanua, 2024) indikator-indikator dari perilaku manajemen keuangan:

1. Membuat perencanaan keuangan di masa depan
2. Membayar tagihan tepat waktu
3. Menyisihkan uang untuk tabungan
4. Mengendalikan pengeluaran
5. Memenuhi kebutuhan diri sendiri dan keluarga.

2.1.8 Konsumsi

Penggunaan produk/layanan yang secara langsung mencukupi kebutuhan manusia biasanya disebut konsumsi (Rosyidi, 2002). Konsumsi adalah jumlah uang guna membeli barang/jasa dalam hal memenuhi kebutuhan pekerja (Sukirno, 2004).

Tindakan mengurangi kegunaan (manfaat) dari produk dan layanan dikenal sebagai konsumsi. Baik produk tahan lama maupun tidak dianggap sebagai barang. Ada tiga jenis barang konsumsi: kebutuhan utama, kebutuhan sekunder, dan kebutuhan pelengkap. Dalam teori ekonomi, peminta utama adalah konsumen, yang menggunakan produk dan layanan yang diproduksi sebagai unit konsumsi.

Pembelian barang dan jasa oleh orang, organisasi, atau pemerintah untuk memenuhi kebutuhan materi dan spiritual mereka dapat dianggap sebagai unit konsumsi (Pass et al., 1994). Konsumsi mahasiswa dapat dipahami sebagai perilaku pengeluaran oleh mahasiswa guna mencukupi kebutuhan barang dan jasa, baik yang bersifat primer maupun sekunder. Pendapat Mankiw (2022), konsumsi ialah pembelanjaan rumah tangga atas barang/jasa yang menjadi komponen utama dalam kegiatan ekonomi. Sukirno (2010) juga menjelaskan bahwa konsumsi adalah pengeluaran guna mendapat barang/jasa dalam hal mencukupi kebutuhan hidup, yang besarnya dipengaruhi oleh tingkat pendapatan. Pada mahasiswa, konsumsi tak sekedar terbatas pada kebutuhan dasar yakni makanan, transportasi, dan tempat tinggal, tetapi juga mencakup kebutuhan pendukung aktivitas akademik dan sosial seperti pembelian buku, perangkat teknologi, serta hiburan. Sejalan bersama teori Keynes (2018) di mana konsumsi individu difaktori tingkat pendapatan, di mana mahasiswa umumnya bergantung pada uang saku dari orang tua atau sumber pendapatan lain.

2.1.9 Resiko Penggunaan *Paylater*

Layanan *paylater*, di mana konsumen bisa membeli sekarang namun membayar di lain hari, telah mengalami pertumbuhan signifikan di Indonesia. Namun, meskipun menawarkan kemudahan, terdapat berbagai risiko yang perlu diperhatikan.

1. Risiko Ketergantungan Utang

Risiko utama dari penggunaan *paylater* yakni potensi ketergantungan utang. Pengguna yang terus-menerus memanfaatkan layanan ini tanpa memperhatikan kemampuan finansial dapat terjebak dalam siklus utang

yang sukar dilunasi. Hal ini mengarah pada akumulasi utang yang signifikan dan mempengaruhi kestabilan keuangan individu (Sitepu & Fadila, 2024).

2. Biaya Tambahan dan Bunga

Meskipun proses pembayaran ditunda, layanan *paylater* kerap kali memberi bunga atau administrasi tambahan. Bila pengguna tak bisa membayar utangnya pada durasi yang ditentukan, biaya tambahan ini dapat meningkat, membebani keuangan pengguna dan memperburuk resiko finansial (Nugrahanti et al., 2024).

3. Perilaku Konsumtif dan Impulsif

Kemudahan akses dan proses yang cepat dalam menggunakan *paylater* bisa memicu perilaku konsumtif dan impulsif di kalangan konsumen. Khususnya generasi muda, seperti mahasiswa, yang cenderung lebih rentan. Kemudian, ini merujuk ke pembelian tak terkendali dan meningkatkan risiko finansial (Harfian et al., 2025).

4. Kurangnya Literasi Keuangan

Rendahnya tingkat literasi keuangan di kalangan sebagian konsumen dapat memperburuk dampak negatif dari penggunaan *paylater*. Tanpa pemahaman yang cukup tentang manajemen keuangan, konsumen mungkin tidak menyadari konsekuensi jangka panjang dari utang yang ditunda, seperti bunga yang meningkat dan potensi dampak terhadap skor kredit mereka (Septiliyani & Wibowo, 2025).

5. Dampak Sosial dan Ekonomi

Penggunaan *paylater* yang tidak terkendali dapat berefek pada sosial-ekonomi. Akumulasi utang pribadi yang tinggi dapat mempengaruhi daya beli masyarakat secara keseluruhan, berpotensi mengganggu kestabilan

ekonomi makro. Selain itu, ketergantungan pada utang dapat mengurangi kemampuan konsumen untuk menabung atau berinvestasi, yang penting untuk kesejahteraan finansial jangka panjang (Sativa & Baidhowi, 2025).

2.1.10 Keamanan Layanan *Paylater*

Salah satu kemajuan dalam industri *fintech* yang memungkinkan pelanggan membeli barang/jasa secara kredit dengan pembayaran ditunda adalah layanan *paylater*. Meskipun menawarkan kemudahan, layanan ini menghadirkan tantangan signifikan terkait keamanan data pribadi, transaksi, dan perlindungan konsumen.

1) Dimensi Keamanan dalam Layanan *Paylater*

Keamanan layanan *paylater* dapat dianalisis melalui tiga dimensi utama:

1. Keamanan Data Pribadi

Meliputi perlindungan terhadap informasi sensitif pengguna, seperti identitas, riwayat transaksi, dan data biometrik. Kebocoran data dapat menurunkan kepercayaan pengguna dan menimbulkan risiko penyalahgunaan informasi pribadi.

2. Keamanan Transaksi

Mencakup perlindungan terhadap transaksi keuangan, termasuk penggunaan teknologi enkripsi, otentikasi dua faktor, dan sistem deteksi penipuan untuk mencegah transaksi yang tidak sah.

3. Keamanan Sistem dan Infrastruktur

Berhubungan dengan ketahanan sistem terhadap serangan siber, pemeliharaan infrastruktur yang aman, dan kepatuhan terhadap standar keamanan teknologi informasi.

2) Regulasi dan Perlindungan Konsumen

Di Indonesia, layanan *paylater* diregulasi oleh OJK pada POJK No. 77/POJK.01/2016, yang meregulasi layanan pinjaman berbasis teknologi informasi. Regulasi ini bertujuan untuk memastikan transparansi, akuntabilitas, dan perlindungan hak konsumen dalam penggunaan layanan *paylater*. Selain itu, UU

Perlindungan Data Pribadi 2022 memberi pondasi hukum yang kokoh dalam menjaga data pribadi pengguna dari penyalahgunaan dan kebocoran.

3) Persepsi Pengguna terhadap Keamanan

Persepsi pengguna terhadap keamanan layanan *paylater* mempengaruhi tingkat adopsi dan kepercayaan mereka terhadap layanan tersebut. Penelitian menjelaskan persepsi keamanan yang positif menaikkan minat pengguna untuk menggunakan layanan *paylater*. Sebaliknya, persepsi keamanan yang negatif dapat menghambat adopsi dan penggunaan layanan tersebut.

4) Teknologi Keamanan dalam Layanan *Paylater*

Untuk meningkatkan keamanan layanan *paylater*, berbagai teknologi dapat diterapkan, antara lain:

1. *Enkripsi End-to-End*: Data pengguna terlindungi sepanjang proses transmisi untuk mencegah akses ilegal.
2. Otentikasi Dua Faktor (2FA): Menambah *layer* keamanan dengan dua bentuk verifikasi identitas pengguna.
3. Teknologi *Blockchain*: Menambah transparansi dan keamanan transaksi dengan merekam segala transaksi dalam ledger yang tak bisa diubah.
4. Pemantauan dan Deteksi Penipuan: Menggunakan algoritma untuk mendeteksi aktivitas mencurigakan dan mencegah transaksi yang tidak sah.

5) Tantangan dan Risiko Keamanan

Meskipun berbagai langkah keamanan telah diterapkan, layanan *paylater* masih menghadapi tantangan dan risiko, seperti:

1. Serangan *cyber*: Ancaman dari peretas yang dapat mengeksploitasi kerentanannya dalam sistem.
2. Kebocoran Data: Risiko penyebaran informasi pribadi pengguna akibat kebijakan privasi yang lemah atau pelanggaran keamanan.
3. Penyalahgunaan Akun: Penggunaan identitas palsu atau pencurian identitas untuk mengakses layanan secara tidak sah.
4. Kepatuhan terhadap Regulasi: Kesulitan dalam memastikan bahwa semua pihak yang terlibat mematuhi regulasi yang berlaku.

2.1.11 Landasan Teori Keputusan Konsumen

Dalam kajian ekonomi mikro, keputusan konsumen merupakan proses pemilihan alternatif konsumsi yang dilakukan untuk mencapai tingkat kepuasan maksimum dengan keterbatasan sumber daya yang dimiliki. Konsumen diasumsikan bertindak rasional, yaitu mampu mengevaluasi berbagai alternatif berdasarkan preferensi dan kendala yang dihadapi. Nicholson & Snyder (2012) menyatakan bahwa keputusan konsumsi dipengaruhi oleh preferensi individu, tingkat pendapatan, harga barang atau jasa, serta kendala anggaran, sehingga konsumen akan menentukan pilihan yang memberikan utilitas tertinggi sesuai dengan batas kemampuan ekonominya.

Teori utilitas menjelaskan bahwa tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen menjadi dasar utama dalam pengambilan keputusan konsumsi. Varian (2014) mengemukakan bahwa konsumen akan membeli produk/jasa yang mampu memberi utilitas paling besar berdasarkan preferensi yang dimilikinya.

Dalam konteks penggunaan fasilitas *paylater*, konsumen cenderung memprioritaskan manfaat langsung dari konsumsi barang atau jasa dibandingkan dengan beban pembayaran yang bersifat tertunda. Kondisi tersebut memengaruhi persepsi konsumen terhadap nilai dan biaya, sehingga mendorong pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian meskipun pembayaran dilakukan pada

periode berikutnya. Keputusan konsumsi juga tidak terlepas dari keberadaan kendala anggaran. Pindyck & Rubinfeld (2018) menjelaskan bahwa kendala anggaran merepresentasikan batas maksimal kemampuan konsumen saat mengeluarkan uangnya guna membeli barang/jasa. Fasilitas *paylater* bisa memperlonggar kendala anggaran dalam jangka pendek karena memungkinkan konsumen melakukan konsumsi tanpa harus menyediakan dana secara langsung. Namun demikian, kewajiban pembayaran yang muncul pada periode selanjutnya tetap menjadi konsekuensi ekonomi yang harus diperhitungkan dalam proses pengambilan keputusan.

Selanjutnya, keputusan penggunaan *paylater* dapat dianalisis melalui teori pilihan antarwaktu. Menurut Mankiw (2022), pilihan antarwaktu merupakan keputusan ekonomi yang melibatkan pertimbangan antara konsumsi pada periode saat ini dan konsumsi pada periode mendatang. *Paylater* memberikan kesempatan bagi konsumen untuk meningkatkan konsumsi saat ini dengan konsekuensi berkurangnya alokasi pendapatan di masa depan akibat kewajiban pembayaran. Oleh karena itu, penggunaan *paylater* mencerminkan keputusan ekonomi yang terkait pertukaran antara manfaat jangka pendek dan beban finansial jangka panjang.

Sesuai deskripsi teori tersebut, kesimpulannya ialah keputusan konsumen dalam menggunakan *paylater* merupakan hasil dari pertimbangan rasional untuk memaksimalkan utilitas, memanfaatkan kelonggaran kendala anggaran sementara, serta melakukan pilihan konsumsi antarwaktu. Keputusan tersebut dipengaruhi oleh preferensi individu, persepsi terhadap manfaat dan biaya, serta kemampuan konsumen dalam memenuhi kewajiban pembayaran di masa mendatang.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No	Penelitian Terdahulu
1.	<p>Nama Peneliti : Susilowati et al. (2025) Judul : Pengaruh Literasi Keuangan Digital dan Gaya Hidup terhadap Keputusan dalam Menggunakan <i>paylater</i> pada Mahasiswa Variabel Penelitian : Variabel independen mencakup literasi keuangan digital dan gaya hidup. Variabel dependennya yakni Keputusan penggunaan <i>paylater</i>. Hasil: Literasi keuangan digital dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan <i>paylater</i>. Gaya hidup menjadi variabel yang paling dominan.</p>
2.	<p>Nama Peneliti: Veronica et al. (2024) Judul : Studi Faktor Penentu <i>Risky Credit Behavior</i> dalam Penggunaan <i>Paylater</i> Generasi Z Variabel Penelitian : variabel dependen Literasi keuangan, <i>financial self-efficacy</i>. Variabel independent menggunakan <i>Risky credit behavior</i> Hasil : Literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap <i>risky credit behavior</i>, sedangkan <i>financial self-efficacy</i> dan <i>financial stress</i> tidak berpengaruh signifikan.</p>
3.	<p>Nama Peneliti : Yusuf (2022) Judul : Pengaruh Layanan <i>FinTech</i> Metode <i>PayLater</i> Terhadap Perilaku <i>Impulsive Buying</i> Variabel Penelitian : Variabel dependen menggunakan Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Intensitas Penggunaan, Sikap penggunaan yang sesungguhnya, sedangkan variabel independent nya menggunakan Perilaku <i>Impulsive Buying</i> Hasil : <i>Paylater</i> cenderung mendorong perilaku impulsif mahasiswa. Faktor paling kuat: sikap dalam penggunaan yang sesungguhnya, mahasiswa yang terbiasa menggunakan <i>Paylater</i> lebih rentan berperilaku impulsif.</p>
4.	<p>Nama Peneliti : Amatulloh et al. (2024) Judul : Analisis Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan <i>Paylater</i> Akulaku di Indonesia Variabel Penelitian : Variabel independent nya menggunakan Faktor Eskternal dan Internal Penggunaan <i>Paylater</i> Akulaku di Indonesia, sedangkan variabel independent nya Adalah Pengguna <i>Paylater</i> Akulaku di Indonesia</p>

	<p>Hasil : Daya tarik Akulaku: kemudahan akses, proses cepat, promosi agresif, alternatif kredit tanpa kartu kredit, Dampak positif: kemudahan, kepuasan konsumen, membantu manajemen keuangan jangka pendek, mendorong inklusi keuangan, serta Dampak negatif: perilaku konsumtif, risiko <i>overindebtedness</i>, bunga & denda, ketergantungan pada kredit</p> <p>Perspektif Islam : terdapat unsur riba & gharar; sah bila akad jelas; ada masalahat (kemudahan) sekaligus mafsadat (risiko konsumtif dan utang).</p>
5.	<p>Nama Peneliti: Wahid (2023)</p> <p>Judul : Analisis Persepsi Pengguna <i>Paylater</i> Terhadap Risiko Pemanfaatan Layanan Shopee</p> <p>Variabel Penelitian : Variabel independen Adalah Persepsi pengguna <i>PayLater</i> (mencakup alasan penggunaan, pandangan tentang risiko, serta strategi menghindari risiko). Sedangkan Variabel dependen adalah Risiko dari pemanfaatan layanan Shopee <i>PayLater</i> (misalnya potensi tunggakan, denda, keamanan akun, dan beban finansial).</p> <p>Hasil : 1) Alasan penggunaan : kebutuhan mendesak saat dana terbatas. 2) Persepsi risiko : dianggap masih bisa ditoleransi dan lebih aman dibanding pinjaman lain.</p>
6	<p>Nama Peneliti : <i>Consumer Financial Protection Bureau (2022)</i></p> <p>Judul : <i>Buy Now Pay Later: Market trends and consumer impacts</i></p> <p>Variabel Penelitian : Karakteristik konsumen (usia, pendapatan, skor kredit), perilaku konsumsi (frekuensi & nilai transaksi), akses kredit, risiko utang</p> <p>Hasil : BNPL populer di kalangan muda dengan skor kredit rendah; meningkatkan akses konsumsi, namun rawan menambah beban utang karena kurangnya transparansi pelaporan kredit.</p>
7	<p>Nama Peneliti: Bian et al. (2023)</p> <p>Judul : <i>The Rise Of E-Wallets And Buy-Now-Pay-Later: Payment Competition, Credit Expansion, And Consumer Behavior</i></p> <p>Variabel Penelitian : Variabel utama: adopsi <i>e-wallet</i>, adopsi BNPL, perilaku konsumen dalam pembayaran digital, variabel lain: preferensi metode pembayaran, tingkat penggunaan di berbagai negara, tren pertumbuhan</p> <p>Hasil : <i>E-wallet</i> menjadi metode pembayaran digital paling dominan di Asia, Eropa, dan Amerika. BNPL mengalami pertumbuhan pesat terutama di kalangan milenial dan Gen Z. Faktor pendorong: kemudahan, <i>fleksibilitas</i>, dan minimnya bunga. Tantangan: risiko kredit macet, regulasi, dan literasi keuangan yang rendah.</p>

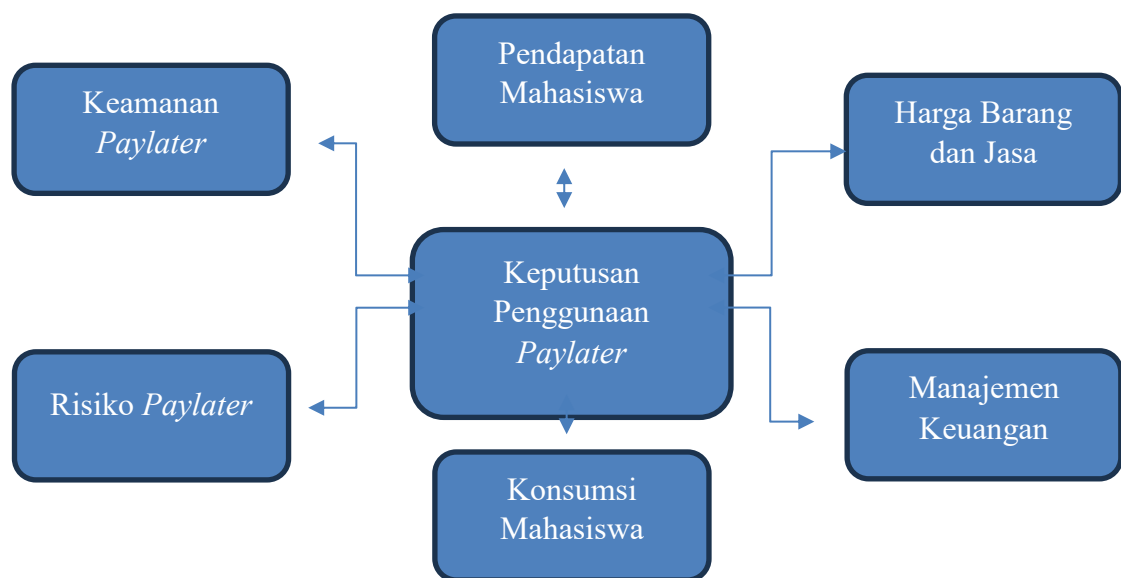
8	<p>Nama Peneliti : Di Maggio et al. (2022)</p> <p>Judul : <i>Buy Now, Pay Later Credit: User Characteristics And Effects On Spending Patterns</i></p> <p>Variabel Penelitian : Variabel independent adalah akses BNPL (<i>dummy</i> / intensitas penggunaan BNPL). Variabel dependen adalah Pengeluaran konsumen / pola konsumsi (<i>total spending, retail share</i>), indikator kesehatan keuangan (<i>delinquency</i>).</p> <p>Hasil : Akses BNPL meningkatkan total pengeluaran dan proporsi pengeluaran ritel. Efeknya konsisten baik untuk konsumen yang diperkirakan likuiditasnya terbatas maupun tidak penulis menginterpretasi sebagai <i>liquidity flypaper effect</i>. Tidak selalu terbukti bahwa BNPL menaikkan <i>default</i> secara signifikan pada semua sampel.</p>
9	<p>Nama Peneliti : Guttman-Kenney et al. (2023)</p> <p>Judul : <i>Buy Now, Pay Later (BNPL) ...On Your Credit Card</i></p> <p>Variabel Penelitian : variabel independent adalah transaksi BNPL (identifikasi pada data kartu kredit). Sedangkan variabel dependen adalah cara pembayaran (charging BNPL ke kartu), karakteristik pengguna (usia, wilayah), implikasi risiko kredit</p> <p>Hasil : Dokumentasi bahwa sejumlah konsumen mengisi transaksi BNPL ke kartu kredit, terutama pengguna muda dan wilayah yang kurang beruntung (<i>deprived areas</i>). Temuan ini menunjukkan interaksi antara BNPL dan produk kredit tradisional, dan potensi risiko jika BNPL “disalurkan” melalui kartu kredit.</p>
10	<p>Nama Peneliti : <i>Consumer Financial Protection Bureau (2022)</i></p> <p>Judul : <i>Buy Now, Pay Later: Market trends and consumer impacts</i></p> <p>Variabel Penelitian : Gambaran industri : ukuran pasar BNPL, karakteristik transaksi, pengalaman konsumen (keluhan, dispute, keterlambatan)</p> <p>Hasil : BNPL tumbuh cepat, survei & data menunjukkan sebagian pengguna melaporkan lebih banyak pengeluaran karena BNPL dan ada kasus konsumen menunda/tinggalkan pembayaran tagihan penting. CFPB menyoroti isu perlindungan konsumen, kurangnya standarisasi pelaporan, dan kebutuhan regulasi pengamanan (yang kemudian diikuti kebijakan/tindakan).</p>

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan teori permintaan ekonomi mikro faktor yang dapat menimbulkan perubahan dalam permintaan yang relevan dengan keputusan penggunaan *paylater* Adalah : Pendapatan mahasiswa, harga barang, perilaku manajemen keuangan, konsumsi mahasiswa, risiko penggunaan *paylater*, dan keamanan aplikasi *paylater*.

Adapun kerangka pemikiran yang akan peneliti aplikasikan ialah tampak pada

Gambar 2.2 Kerangka Berfikir



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian dengan pendekatan deskriptif kuantitatif yang digunakan untuk menganalisis keputusan mahasiswa universitas Lampung dalam menggunakan aplikasi *paylater*. Informasi kuantitatif tentang keadaan subjek atau fenomena dalam satuan populasi disajikan dalam penelitian ini, yang akan meneliti bagaimana keputusan mahasiswa universitas Lampung saat menggunakan aplikasi *paylater*. Data yang dikumpulkan diproses untuk menggambarkan fenomena yang terkait dengan masalah penelitian melalui deskripsi kuantitatif. Akibatnya, data deskriptif kuantitatif.

3.2 Data Penelitian

Data yang digunakan mencakup data primer dan sekunder. Data primer dari wawancara langsung dengan mahasiswa Unila sebagai responden yang berisikan beberapa pertanyaan menyangkut dari penelitian. Data sekunder dari literatur, studi pustaka, laporan, jurnal, skripsi, dan data.

3.3 Ruang lingkup penelitian

Penelitian berlangsung di lingkungan Universitas Lampung dengan terfokus pada beberapa Mahasiswa. Objek Penelitian ini adalah mahasiswa yang pernah berbelanja online dalam 3 tahun terakhir. Waktu pelaksanaan penelitian dilaksanakan secara bertahap, Waktu Penelitian akan dilaksanakan pada bulan Februari 2026.

3.4 Sumber Data

Sumber data utama ialah responden mahasiswa universitas Lampung. Data diperoleh melalui:

1. Penyebaran *Google Form* kuesioner: Kuesioner *Google Form* ialah mengumpulkan data dari responden di mana mereka akan memberi tanggapan pada sejumlah pernyataan yang diberikan.
2. Studi Kepustakaan: Studi literatur adalah metode pengumpulan data dari beragam buku referensi dan temuan riset terdahulu yang akan dilakukan guna memperoleh beberapa fakta dan dasar teori.

3.5 Definisi Operasional, Pengukuran Variabel dan Klasifikasi

Untuk uraian mengenai definisi operasional, pengukuran, klasifikasi variabel yang diuji untuk mencapai tujuan dari penelitian ini adalah:

Variabel Dependen (Y) : Keputusan mahasiswa menggunakan atau tidak aplikasi *paylater*.

Variabel Independen (X) :

Pend : Pendapatan mahasiswa

Hrg : Harga barang

PMK : Perilaku manajemen keuangan

Kons : Konsumsi mahasiswa

Risk : Risiko

Keam : Keamanan

3.6 Populasi dan Teknik Sampel

3.6.1. Populasi

Populasi riset mencakup seluruh Mahasiswa Unila, berdasarkan data yang disediakan bahwa jumlah mahasiswa Universitas Lampung pada tahun 2024 berjumlah 48.419 Mahasiswa aktif.

Tabel 3.1 Data Mahasiswa Universitas Lampung 2024.

Fakultas	Laki – Laki	Perempuan	Total
FEB	1.488	2.457	3.945
FH	1.936	2.172	4.108
FKIP	4.237	12.432	16.669
FP	2.738	3.814	6.552
FT	3.773	2.413	6.186
FISIP	1.987	3.475	5.462
FMIPA	1.110	2.804	3.914
FK	359	1.025	1.384
Pascasarjana	102	97	199
Total	17.730	30.689	48.419

Sumber: Badan Akademik dan Kemahasiswaan Universitas Lampung (2024)

3.6.2 Teknik Sampel

Sampel penelitian ini yaitu Mahasiswa aktif Universitas Lampung yang pernah berbelanja online dalam 3 tahun terakhir. Dari data yang diperoleh peneliti bahwa jumlah mahasiswa Universitas Lampung pada tahun 2024 berjumlah 48.419 Mahasiswa aktif. Penentuan jumlah sampel dengan menggunakan rumus Slovin, yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + (N)(e)^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = error

Menurut aturan formula Slovin, ini digunakan untuk ukuran populasi yang kecil, di mana jumlah populasi di lokasi penelitian adalah jumlah mahasiswa Universitas Lampung berjumlah 48.419 Mahasiswa aktif maka standar error yang digunakan yaitu 0,10 (10%). Dengan margin kesalahan yang dapat diterima sebesar 10% dan total populasi 48.419 siswa yang terdaftar menurut rumus yang disebutkan sebelumnya.

$$n = \frac{N}{1 + (N)(e)^2}$$

$$n = \frac{48.419}{1 + (48.419)(0,10)^2}$$

$$n = \frac{48.419}{1 + (48.419)(0,01)}$$

$$n = \frac{48.419}{485,19}$$

$$n = 99,79 \text{ (dibulatkan 100)}$$

Sesudah perhitungan, ditetapkan jumlah sampel sebanyak 100 mahasiswa aktif Universitas Lampung.

3.7 Teknik Analisis Data

Salah satu metode menggunakan kuesioner adalah dengan memberikan pertanyaan/pernyataan tertulis kepada responden. Sistem penilaian dengan skala Likert adalah metode analisis data riset ini setelah semua informasi dikumpulkan. Lalu, penulis menganalisis data secara deskriptif. Selain itu, SPSS versi 27 digunakan untuk mengidentifikasi aturan dalam pengambilan keputusan dalam penelitian ini. Setiap respons dikaitkan dengan jenis pernyataan yang diwakili dalam kata-kata yang termasuk dalam kategori berikut:

- a. Sangat Tidak Setuju (STS) skor : 1
- b. Tidak Setuju (TS) skor : 2
- c. Netral (N) skor : 3
- d. Setuju (S) skor : 4
- e. Sangat Setuju (SS) skor : 5

Pengukuran tiap sub-variabel menggunakan asumsi dasar Rumus interval kelas (Supranto, 2009). Pada Rumus Interval Kelas saya menggunakan sampel sebanyak 100 sampel.

1. Pendapat mahasiswa

Untuk mengukur sejauh mana pendapatan mahasiswa dalam keputusan mereka dalam menggunakan layanan *paylater*

$$\begin{aligned}\text{Nilai tertinggi} &= \text{Skor tertinggi} \times \Sigma \text{ sampel} \times \Sigma \text{ pernyataan} \\ &= 5 \times 100 \times 5 = 2.500\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Nilai terendah} &= \text{Skor terendah} \times \Sigma \text{ sampel} \times \Sigma \text{ pernyataan} \\ &= 1 \times 100 \times 5 = 500\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Interval Kelas} &= \frac{\text{Angka tertinggi} - \text{angka terendah}}{\text{Jumlah Kelas}} \\ &= \frac{2.500 - 500}{5} = 400\end{aligned}$$

Sesuai nilai di atas maka berikut kategorinya:

Sangat Berpengaruh	= 2.101 – 2.500
Berpengaruh	= 1.701 – 2.100
Netral	= 1.301 – 1.700
Tidak Berpengaruh	= 901 – 1.300
Sangat Tidak Berpengaruh	= 500 – 900

2. Harga Barang

Untuk menilai apakah besarnya harga barang memengaruhi minat mahasiswa menggunakan *paylater*.

$$\begin{aligned}\text{Nilai tertinggi} &= \text{Skor tertinggi} \times \Sigma \text{ sampel} \times \Sigma \text{ pernyataan} \\ &= 5 \times 100 \times 5 = 2.500\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Nilai terendah} &= \text{Skor terendah} \times \Sigma \text{ sampel} \times \Sigma \text{ pernyataan} \\ &= 1 \times 100 \times 5 = 500\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Interval Kelas} &= \frac{\text{Angka tertinggi} - \text{angka terendah}}{\text{Jumlah Kelas}} \\ &= \frac{2.500 - 500}{5} = 400\end{aligned}$$

Sesuai nilai di atas maka berikut kategorinya:

$$\text{Sangat Berpengaruh} = 2.101 - 2.500$$

$$\text{Berpengaruh} = 1.701 - 2.100$$

$$\text{Netral} = 1.301 - 1.700$$

$$\text{Tidak Berpengaruh} = 901 - 1.300$$

$$\text{Sangat Tidak Berpengaruh} = 500 - 900$$

3. Perilaku Manajemen Keuangan (*Financial Management Behavior*)

Untuk mengetahui apakah kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan keputusan penggunaan *paylater*.

$$\begin{aligned}\text{Nilai tertinggi} &= \text{Skor tertinggi} \times \Sigma \text{ sampel} \times \Sigma \text{ pernyataan} \\ &= 5 \times 100 \times 5 = 2.500\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Nilai terendah} &= \text{Skor terendah} \times \Sigma \text{ sampel} \times \Sigma \text{ pernyataan} \\ &= 1 \times 100 \times 5 = 500\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Interval Kelas} &= \frac{\text{Angka tertinggi} - \text{angka terendah}}{\text{Jumlah Kelas}} \\ &= \frac{2.500 - 500}{5} = 400\end{aligned}$$

Sesuai nilai di atas maka berikut kategorinya:

Sangat Berpengaruh = 2.101 – 2.500

Berpengaruh = 1.701 – 2.100

Netral = 1.301 – 1.700

Tidak Berpengaruh = 901 – 1.300

Sangat Tidak Berpengaruh = 500 – 900

4. Konsumsi Mahasiswa

Untuk mengevaluasi bagaimana tingkat konsumsi (gaya hidup, kebutuhan, keinginan terhadap barang/layanan) pada penggunaan *paylater*.

$$\begin{aligned}\text{Nilai tertinggi} &= \text{Skor tertinggi} \times \Sigma \text{ sampel} \times \Sigma \text{ pernyataan} \\ &= 5 \times 100 \times 5 = 2.500\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Nilai terendah} &= \text{Skor terendah} \times \Sigma \text{ sampel} \times \Sigma \text{ pernyataan} \\ &= 1 \times 100 \times 5 = 500\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Interval Kelas} &= \frac{\text{Angka tertinggi} - \text{angka terendah}}{\text{Jumlah Kelas}} \\ &= \frac{2.500 - 500}{5} = 400\end{aligned}$$

Sesuai nilai di atas maka berikut kategorinya:

Sangat Berpengaruh = 2.101 – 2.500

Berpengaruh = 1.701 – 2.100

Netral = 1.301 – 1.700

Tidak Berpengaruh = 901 – 1.300

Sangat Tidak Berpengaruh = 500 – 900

5. Risiko *Paylater*

Untuk mengukur bagaimana persepsi mahasiswa terhadap risiko penggunaan *paylater* (misalnya bunga, denda keterlambatan, dampak *credit scoring*) dalam keputusan mereka.

$$\begin{aligned}\text{Nilai tertinggi} &= \text{Skor tertinggi} \times \Sigma \text{ sampel} \times \Sigma \text{ pernyataan} \\ &= 5 \times 100 \times 5 = 2.500\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Nilai terendah} &= \text{Skor terendah} \times \Sigma \text{ sampel} \times \Sigma \text{ pernyataan} \\ &= 1 \times 100 \times 5 = 500\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Interval Kelas} &= \frac{\text{Angka tertinggi} - \text{angka terendah}}{\text{Jumlah Kelas}} \\ &= \frac{2.500 - 500}{5} = 400\end{aligned}$$

Sesuai nilai di atas maka berikut kategorinya:

$$\text{Sangat Berpengaruh} = 2.101 - 2.500$$

$$\text{Berpengaruh} = 1.701 - 2.100$$

$$\text{Netral} = 1.301 - 1.700$$

$$\text{Tidak Berpengaruh} = 901 - 1.300$$

$$\text{Sangat Tidak Berpengaruh} = 500 - 900$$

6. Keamanan *Paylater*

Untuk menilai apakah persepsi mahasiswa terhadap keamanan sistem *paylater* (otorisasi transaksi, perlindungan data pribadi, transparansi informasi) dalam keputusan penggunaannya.

$$\begin{aligned}\text{Nilai tertinggi} &= \text{Skor tertinggi} \times \Sigma \text{ sampel} \times \Sigma \text{ pernyataan} \\ &= 5 \times 100 \times 5 = 2.500\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Nilai terendah} &= \text{Skor terendah} \times \Sigma \text{ sampel} \times \Sigma \text{ pernyataan} \\ &= 1 \times 100 \times 5 = 500\end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Interval Kelas} &= \frac{\text{Angka tertinggi} - \text{angka terendah}}{\text{Jumlah Kelas}} \\ &= \frac{2.500 - 500}{5} = 400 \end{aligned}$$

Sesuai nilai di atas maka berikut kategorinya:

Sangat Berpengaruh = 2.101 – 2.500

Berpengaruh = 1.701 – 2.100

Netral = 1.301 – 1.700

Tidak Berpengaruh = 901 – 1.300

Sangat Tidak Berpengaruh = 500 – 900

3.8 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian ini berupa kuesioner yang dirancang guna mengidentifikasi aspek yang memfaktori keputusan mahasiswa Universitas Lampung dalam menggunakan aplikasi *paylater*.

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel dan Indikator

Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
Pendapatan mahasiswa	Dana yang diperoleh mahasiswa setiap bulan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi maupun transaksi finansial termasuk penggunaan <i>paylater</i> .	1. Jumlah pendapatan bulanan 2. Kesesuaian pendapatan dengan kebutuhan 3. Pengaruh pendapatan terhadap keputusan finansial 4. Pemanfaatan pendapatan untuk pembelian produk <i>non-esensial</i> 5. Pendapatan sebagai dasar keputusan menggunakan <i>paylater</i>	Sukirno (2010); Firdausa (2012); Parkin (2017)
Harga Barang	Nilai atau biaya	1. Sensitivitas harga 2. Pengaruh promosi	Mankiw (2022);

Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
	yang harus dibayar guna mendapat barang/jasa dan menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih metode pembayaran seperti <i>paylater</i> .	atau diskon 3. Pertimbangan harga terhadap keputusan pembelian 4. Biaya tambahan (bunga, admin) 5. Harga sebagai motivasi menggunakan <i>paylater</i>	Todaro & Smith (2012); Sukirno (2004)
Perilaku Manajemen Keuangan	Kemampuan orang guna merencanakan, mengelola, mengatur, dan mengevaluasi keuangannya guna pemenuhan kebutuhan terkini dan kemudian hari.	1. Perencanaan keuangan 2. Pengendalian pengeluaran 3. Pembayaran tagihan tepat waktu 4. Menabung / menyisihkan uang 5. Evaluasi keputusan finansial	Al Kholilah & Iramani (2013); Wilson (dalam Telaumbanua (2024); Yusanti (2020)
Konsumsi Mahasiswa	Pengeluaran mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan barang/jasa primer, sekunder, tersier	1. Pola konsumsi rutin 2. Pembelian berdasarkan kebutuhan vs keinginan 3. Dampak gaya hidup terhadap pengeluaran 4. Intensitas pembelian barang non-prioritas 5. Konsumsi meningkat karena <i>paylater</i>	Mankiw (2022); Sukirno (2004); Rosyidi (2002)
Risiko <i>Paylater</i>	Persepsi mahasiswa terhadap potensi kerugian finansial dan non-finansial yang muncul akibat penggunaan <i>paylater</i> .	1. Risiko keterlambatan pembayaran/denda 2. Risiko penumpukan utang 3. Risiko keuangan jangka panjang 4. Risiko perilaku konsumtif 5. Risiko scoring kredit	Sitepu & Fadila (2024); Nugrahanti et al. (2024); Harfian et al. (2025).

Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
Keamanan Aplikasi <i>Paylater</i>	Persepsi mahasiswa akan tingkat perlindungan data pribadi, transaksi digital, dan keamanan sistem pada platform <i>paylater</i> .	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perlindungan data pribadi 2. Keamanan transaksi 3. Kepercayaan pada regulator seperti OJK 4. Sistem otentikasi dan enkripsi 5. Transparansi informasi 	Paramitha (2025); OJK (2016)
Keputusan menggunakan <i>Paylater</i>	Merupakan proses pemilihan alternatif konsumsi yang dilakukan untuk mencapai tingkat kepuasan maksimum dengan keterbatasan sumber daya yang dimiliki.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penggunaan <i>paylater</i> 2. Preferensi metode pembayaran 3. Niat penggunaan ulang 4. Ketergantungan penggunaan 5. Manfaat Penggunaan 	Nicholson & Snyder (2012), Mankiw (2022)

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan temuan analisis deskriptif terhadap mahasiswa Universitas Lampung sebagai responden penelitian, maka dapat disimpulkan beberapa hal yakni:

1. Pendapatan Mahasiswa

Tingkat pendapatan mahasiswa dalam penelitian ini berada pada kategori tinggi. Kondisi ini menjelaskan secara umum mahasiswa mempunyai kapasitas finansial yang cukup untuk memenuhi kebutuhan dasar, namun masih memiliki keterbatasan dalam memenuhi kebutuhan tambahan atau konsumsi non-prioritas. Keadaan tersebut mencerminkan bahwa mahasiswa berada dalam situasi anggaran yang relatif terbatas, sehingga keberadaan layanan *paylater* dapat dipandang sebagai alternatif mekanisme pembayaran yang memberikan fleksibilitas jangka pendek.

2. Harga Barang dan Jasa

Variabel harga barang berada pada kategori tinggi. Ini berarti mahasiswa mempunyai sensitivitas yang cukup besar terhadap tingkat harga dalam melakukan keputusan pembelian. Persepsi terhadap harga yang relatif tinggi mendorong mahasiswa untuk mempertimbangkan skema pembayaran cicilan sebagai bentuk penyesuaian terhadap keterbatasan daya beli.

3. Perilaku Manajemen Keuangan

Perilaku manajemen keuangan mahasiswa berada pada kategori Tinggi. Artinya, mahasiswa telah memiliki kesadaran mengenai pentingnya pengelolaan keuangan, namun belum sepenuhnya menerapkan perencanaan dan pengendalian pengeluaran secara konsisten. Kondisi ini menunjukkan

bahwa literasi dan kedisiplinan finansial masih perlu ditingkatkan agar penggunaan layanan keuangan digital tidak menimbulkan tekanan ekonomi di masa mendatang.

4. Tingkat Konsumsi Mahasiswa

Tingkat konsumsi mahasiswa berada pada kategori tinggi. Ini mencerminkan mahasiswa mempunyai kecenderungan konsumsi yang aktif, baik untuk kebutuhan akademik maupun kebutuhan gaya hidup. Tingginya pola konsumsi tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa sebagai bagian dari generasi digital memiliki preferensi yang dinamis dan responsif terhadap kemudahan transaksi daring.

5. Risiko *Paylater*

Risiko penggunaan *paylater* berada pada kategori tinggi. Mahasiswa menyadari adanya potensi konsekuensi seperti bunga, denda keterlambatan, maupun akumulasi tagihan, namun persepsi tersebut belum sepenuhnya menghambat keputusan penggunaan. Hal ini menunjukkan adanya pertimbangan rasional antara manfaat fleksibilitas pembayaran dengan kemungkinan risiko yang ditanggung.

6. Keamanan *Paylater*

Variabel keamanan berada pada kategori tinggi. Ini mengindikasikan bahwa mahasiswa mempunyai tingkat kepercayaan yang baik terhadap sistem keamanan aplikasi *paylater*, termasuk perlindungan data pribadi dan keamanan transaksi. Tingginya tingkat kepercayaan ini menjadi salah satu faktor penting dalam membentuk kenyamanan dan keyakinan dalam penggunaan layanan keuangan digital.

7. Keputusan Menggunakan *Paylater*

Keputusan mahasiswa dalam menggunakan *paylater* berada pada kategori cukup tinggi. Temuan ini berarti *paylater* telah menjadi salah satu alternatif pembayaran yang cukup umum digunakan di kalangan mahasiswa Universitas Lampung. Keputusan tersebut merupakan hasil pertimbangan antara kebutuhan konsumsi, keterbatasan pendapatan, persepsi harga, serta keyakinan terhadap keamanan sistem.

5.2. Saran

Sesuai temuan penelitian, maka berikut sejumlah saran yang dapat diberikan:

1. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan kedisiplinan dalam mengelola keuangan pribadi, terutama dalam penggunaan fasilitas pembayaran berbasis kredit agar tidak menimbulkan beban finansial di kemudian hari.

2. Bagi Universitas

Universitas dapat menyelenggarakan program literasi keuangan, seminar, atau workshop terkait pengelolaan keuangan pribadi dan pemanfaatan layanan keuangan digital secara bijak.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian berikutnya dapat menerapkan pendekatan analisis inferensial atau model regresi untuk memperoleh gambaran hubungan antar variabel secara lebih komprehensif. Selain itu, dapat ditambahkan variabel lain seperti literasi keuangan, pengaruh teman sebaya, atau faktor psikologis dalam pengambilan keputusan.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Kholilah, N., & Iramani, R. (2013). Studi financial management behavior. *Business & Banking*, 3(1), 69–80. <https://doi.org/10.14414/jbb.v3i1.255>
- Amatulloh, F., Utami, & Afifah. (2024). Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Paylater Akulalu. *Co-Value*, 15(5).
- Annur. (2023). *Seberapa Sering Masyarakat Indonesia Gunakan PayLater?.* Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/fb61bbf75344a47/seberapa-sering-masyarakat-indonesia-gunakan-paylater>
- Bian, W., Cong, & Ji. (2023). *The rise of e-wallets and buy-now-pay-later.* National Bureau of Economic Research.
- Canestren, I. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian dengan Shopee Paylater. *JBME*, 6(1). <https://ejournal.upi.edu/index.php/JBME/article/view/32758>
- Chrismastianto. (2017). Analisis SWOT implementasi teknologi finansial terhadap kualitas layanan bank. *Bisnis*, 20(1), 133–144. <https://pdfs.semanticscholar.org/f2f2/8809b051ae5b923e7b8690358e7a3ce7467a.pdf>
- Consumer Financial Protection Bureau. (2022). Buy now, pay later. In *Consumer Financial Protection Bureau.*
- Di Maggio, Williams., & Katz. (2022). *Buy now, pay later credit.* National Bureau of Economic Research.
- Diéguez, A., Martín-Velicia, F., & Mariano, A. (2023). Predicting Fintech Innovation Adoption: the Mediator Role of Social Norms and Attitudes. *Financial Innovation*, 9, 36. <https://doi.org/10.1186/s40854-022-00434-6>
- Firdausa. (2012). *Pengaruh modal awal, lama usaha dan jam kerja terhadap pendapatan pedagang.* FEB.

- Guttman-Kenney, Firth, & Gathergood. (2023). Buy now, pay later (BNPL) on your credit card. *Experimental Finance*, 37, 100788. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2023.100788>
- Harfian, H., Bado, B., & Rajab, A. (2025). Analisis Dampak Layanan PayLater terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa UNM. *Bisnis-Net*, 8(1), 181–187.
- Horne, J. C. Van, & Wachowicz, J. M. (2016). *Fundamentals of Financial Management*. Salemba Empat.
- Idris, M. (2021). *Fintech*. Kompas.Com. <https://money.kompas.com/read/2021/04/22/185857226/fintech-adalah>
- Keynes, J. M. (2018). *The general theory of employment, interest, and money*. Springer.
- Linuwih, H. (2022). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Paylater*. Universitas Islam Indonesia.
- Mankiw, N. G. (2022). *Principles of Economics, 9th Edition*. Cengage.
- Muslih, M., Redjeki, S., & Larasati, A. (2025). Analisis Multi-Dimensi Dampak Penggunaan Paylater. *Impresi Indonesia*, 4(10), 3858–3866. <https://doi.org/10.58344/jii.v4i10.7083>
- Nicholson, W., & Snyder, C. M. (2012). *Microeconomic Theory: Basic Principles and Extensions*. Cengage Learning.
- Novendra, B., & Aulianisa, S. S. (2020). Konsep dan perbandingan buy now, pay later dengan kredit perbankan di Indonesia. *Rechts Vinding*, 9(2), 183.
- Nugrahanti, Y., Restuti, M., & Hadiluwarsa, M. A. (2024). *Perilaku Keuangan Mahasiswa dalam Penggunaan Paylater*. Penerbit NEM.
- OJK. (2016). *POJK tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi*. Otoritas Jasa Keuangan. <https://ojk.go.id/id/regulasi/Pages/POJK-tentang-Layanan-Pinjam->
- OJK. (2022). *Statistik Fintech Lending Periode Agustus 2022*. Otoritas Jasa Keuangan. <https://ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/fintech/>

- OJK. (2023). *Statistik Fintech*. Otoritas Jasa Keuangan. <https://ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/fintech/default.aspx>
- OJK. (2025). *Statistik Fintech*. Otoritas Jasa Keuangan.
- Paramitha, D. (2025). Dampak Penggunaan Paylater Terhadap Gaya Hidup Karyawan. *Transformasi*, 4, 41–54.
- Parkin, M. (2017). *Ekonomi Mikro* (11th ed.). Salemba Empat.
- Pass, C., Lowes, B., & Davies. (1994). *Kamus Lengkap Ekonomi*. Erlangga.
- Pindyck, R., & Rubinfeld, D. (2018). *Macroeconommmics*. Pearson Education.
- Prastiwi, I. E., & Fitria, T. N. (2021). Konsep Paylater Online Shopping dalam Pandangan Ekonomi Islam. *Ekonomi Islam*, 7(1), 425–432.
- Puschmann, T. (2017). Fintech. *Business & Information Systems Engineering*, 59(1), 69–76.
- Rosyidi, S. (2002). *Pengantar teori ekonomi*. Raja Grafindo Pesada.
- Salsabila, S., Dewi, & Bachtiar, S. (2024). The influence of perceived trust, usefulness, risks and financial knowledge on interest in using SPayLater. *Manajemen Bisnis*, 11(1), 392–404. <https://doi.org/10.33096/jmb.v11i1.734>
- Sativa, A., & Baidhowi, B. (2025). Pengaruh Penggunaan Paylater terhadap Kesejahteraan Finansial Konsumen. *MHI*, 3(3).
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2021). *Consumer behavior*. Pearson.
- Schueffel. (2016). Taming the beast. *Innovation Management*, 4(4), 32–54.
- Septiliyani, W., & Wibowo. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Risiko, Terhadap Minat Shopee Paylater. *Kewirausahaan*, 14(2), 210–221.
- Sitepu, G., & Fadila, A. (2024). Analisis pemanfaatan layanan paylater di era keuangan digital oleh gen Z. *Young Entrepreneurs*, 3(1).
- Sukirno, S. (2004). *Makroekonomi Teori Pengantar*. Rajawali Pers.
- Sukirno, S. (2010). *Mikroekonomi Teori Pengantar*. Raja Grafindo Persaada.
- Supranto, J. (2009). *Statistik: Teori dan aplikasi*. Erlangga.

- Telaumbanua, I. (2024). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Financial Management Behavior Pengguna Paylater*. STIE.
- Todaro, M. P., & Smith, S. C. (2012). *Economic Development*. Addison-Wesley.
- Utami. (2022). *Pengaruh Pendapatan dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Sistem Pembayaran Bayar Tunda (Paylater)*. Universitas Islam Negeri Prof. KH Saifuddin Zuhri.
- Varian, H. R. (2014). *Intermediate microeconomics with calculus: a modern approach*. WW norton & company.
- Wahid, A. (2023). *Analisis Persepsi Pengguna Paylater Terhadap Risiko dari Pemanfaatan Layanan Pada Aplikasi E-Commerce Shopee*.
- Wilson. (2017). *Creating strategic value through financial technology*. John Wiley & Sons.
- Winaldi. (2021). *Peran Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Gopay Paylater*. [Politeknik Negeri Jakarta].
- World Bank. (2023). *Fintech and the Future of Finance*. World Bank Group. <https://www.worldbank.org/en/publication/fintech-and-the-future-of-finance>
- Yesidora, A. (2024). *Millenial dan Gen Z Paling Banyak Gunakan Paylater*. Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/digital/e-commerce/667a9e18a2596/survei-kic-millenial-dan-gen-z->
- Yusanti. (2020). *Pengaruh Gaya Hidup, Kecerdasan Spiritual dan Jenis Kelamin terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan*. STIE Perbanas Surabaya.
- Yusuf, B. L. A. (2022). *Pengaruh Metode PayLater Terhadap Impulsive Buying* [Universitas Lampung]. <http://digilib.unila.ac.id/id/eprint/67838>