



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research  
Volume 4 Nomor 3 Tahun 2024 Page 11274-11289  
E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246  
Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Pengaruh Penggunaan Metode Pembayaran Pay Later dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif oleh Pengguna E-Commerce Generasi Z di Indonesia

Khoe Felicia Nikolaus<sup>1✉</sup>, Amelia Setiawan<sup>2</sup>, Hamfri Djajadikerta<sup>3</sup>

Universitas Katolik Parahyangan

Email: [6042101034student@unpar.ac.id](mailto:6042101034student@unpar.ac.id)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Perkembangan teknologi membawa perubahan pada cara perilaku manusia dalam melakukan transaksi atau pembelian. Setelah dikenalkan dengan istilah e-commerce, salah satu fenomena yang sering terjadi pada masyarakat modern adalah perilaku pembelian impulsif. Ada dua faktor yang berpotensi mempengaruhi perilaku pembelian impulsif, yaitu penggunaan metode pembayaran bayar kemudian dan tingkat literasi keuangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan metode bayar nanti dan literasi keuangan terhadap perilaku pembelian impulsif pada pengguna e-commerce generasi Z di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner online yang diberikan kepada pengguna e-commerce generasi Z di Indonesia. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi untuk mengevaluasi pengaruh metode pembayaran pay late dan literasi keuangan terhadap perilaku pembelian impulsif pengguna e-commerce generasi Z di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan metode pembayaran pay later berpengaruh terhadap perilaku pembelian impulsif pengguna e-commerce generasi Z pada tingkat signifikansi 95%, begitu pula tingkat literasi keuangan juga berpengaruh terhadap perilaku pembelian impulsif pengguna e-commerce generasi Z. Kemudian, penelitian ini juga membuktikan bahwa kedua variabel yaitu penggunaan metode pembayaran pay late dan literasi keuangan secara simultan mempengaruhi perilaku pembelian impulsif.

Kata Kunci: *Metode Pembayaran Pay Later, Literasi Keuangan, Perilaku Pembelian Impulsif, E-commerce, Generasi Z, Indonesia*

## Abstract

The development of technology brings changes to how human behaviour in making transactions or purchases. After being introduced to the term e-commerce, one phenomenon that is common in modern society is impulse buying behaviour. Two factors have the potential to influence impulse buying behaviour, namely the use of pay later payment methods and the level of financial literacy. This study aims to determine the effect of using pay later payment methods and financial literacy on impulse buying behaviour by generation Z e-commerce users in Indonesia. This study uses quantitative research methods with data collection using online questionnaires given to generation Z e-commerce users in Indonesia. The analysis used is regression analysis to evaluate the effect of the pay later payment method and financial literacy on the impulse buying behaviour of generation Z e-commerce users in Indonesia. The results showed that the use of pay later payment method affects the impulse buying behaviour of generation Z e-commerce users at the 95% significance level, as well as the level of financial literacy also affects the impulse buying behaviour of generation Z e-commerce users. Then, this study also proves that both variables, namely the use of pay later payment methods and financial literacy, simultaneously affect impulse buying behaviour.

Keywords: *Pay Later Payment Method, Financial Literacy, Impulse Buying Behaviour, E-commerce, Generation Z, Indonesia*

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi membawa perubahan yang signifikan dalam kehidupan manusia. Salah satu fenomena yang umum terjadi dalam konteks masyarakat modern, yaitu perilaku pembelian impulsif. Perilaku pembelian impulsif menurut Ratnaningsih & Haliday (2022), merupakan perilaku atau kebiasaan seseorang melakukan pembelian secara spontan tanpa perencanaan terlebih dahulu, dan seringkali dipicu oleh dorongan emosional atau keinginan semata. Fenomena ini dilatarbelakangi salah satunya oleh kemajuan teknologi yang mengakibatkan munculnya beragam fitur dan akses digital sehingga manusia dapat melakukan aktivitas jual beli secara online melalui media elektronik, atau disebut juga e-commerce. E-commerce atau Electronic commerce menurut Laudon dan Traver (2014), merupakan transaksi yang terjadi melalui internet, web, ataupun perangkat seluler.

Sistem pembayaran yang terus berkembang menjadi salah satu faktor pendukung perkembangan e-commerce. Perkembangan metode pembayaran tidak pernah berhenti hingga pada tahun 2018, metode pembayaran baru diperkenalkan pada masyarakat, yakni metode pembayaran pay later. Metode pembayaran Pay Later adalah layanan pinjaman online tanpa kartu kredit yang memungkinkan konsumen membayar transaksi di kemudian hari, baik dalam satu kali pembayaran maupun cicilan. Penggunaan pay later saat berbelanja pada e-commerce dapat memberikan pengaruh pada perilaku pembelian

impulsif karena pengguna merasakan kemudahan serta manfaat dari teknologi tersebut (Sari, 2020). Terlepas dari bunga fitur pay later yang lebih tinggi dibandingkan dengan penggunaan kartu kredit, fitur pay later tetap lebih digemari oleh konsumen generasi Z karena prosesnya cepat dan aman dalam pengawasan OJK. Kelebihan - kelebihan yang dimiliki pay later ini juga yang dikhawatirkan menjadi pemicu konsumen melakukan pembelian impulsif tanpa memperhatikan kemampuan finansialnya.

Perilaku pembelian impulsif dapat dihindari salah satunya dengan membangun financial literacy pada generasi Z. Menurut Manik & Bukhori (2019), jika seseorang mempunyai pemahaman mengenai financial literacy, maka seseorang tersebut dapat lebih cermat dalam mengelola keuangan serta mampu menyesuaikan pembelian melalui barang dan jasa yang mereka beli. Pengetahuan akan financial literacy yang cukup diharapkan dapat meminimalisir perilaku pembelian impulsif dalam diri seseorang..

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian dengan jenis pendekatan kuantitatif yang menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian yang hasilnya akan diuji dan dianalisis secara statistik. Metode pengumpulan sampel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu teknik purposive sampling, dengan penentuan jumlah sampel menggunakan rumus slovin. Populasi yang diteliti, yaitu pengguna E-commerce generasi Z di Indonesia. Sampel penelitian ini terdiri dari 105 individu yang dipilih secara acak dari populasi penelitian, mencakup individu yang aktif berbelanja online, merupakan generasi Z, serta berdomisili di Indonesia. Pengolahan data dilakukan dengan metode statistik, yaitu analisis regresi untuk mengevaluasi hubungan antara variabel yang diteliti. Aplikasi yang digunakan peneliti dalam mengolah data, yaitu aplikasi IBM SPSS Statistics 23.

### Metode Pembayaran Pay Later

Metode pembayaran Pay Later adalah layanan pinjaman online tanpa kartu kredit yang memungkinkan konsumen membayar transaksi di kemudian hari, hal ini memberikan kemudahan kepada pengguna yang belum punya uang cukup, namun ingin mendapatkan barang di fitur belanja online yang tersedia secara kredit. Menurut Kurniasih and Elizabeth (2021), beberapa kelebihan pay later, seperti proses pendaftaran yang cukup mudah, keamanan yang terjamin karena mendapat pengawasan dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Fleksibel dan cepat, adanya berbagai promo khusus yang ditawarkan.

Beberapa kekurangan dari pay later, diantaranya suku bunga yang cukup tinggi dan resiko keamanan data penggunanya. Tingginya penggunaan teknologi pay later oleh

konsumen membuat setiap e-commerce harus terus meningkatkan sistem keamanan data pengguna guna menghindari terjadinya pencurian data ataupun kebocoran informasi data pribadi pengguna teknologi pay later.

### Financial Literacy

Financial Literacy adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan untuk mencapai kesejahteraan keuangan masyarakat. Sedangkan menurut (Kusuma et al, 2022), financial literacy juga mengacu pada kemampuan akan membaca, menganalisis, berkomunikasi, bahkan mengelola kondisi keuangan yang mempengaruhi kesejahteraan umum mereka, kemampuan untuk memilah pilihan keuangan dengan nyaman, dan untuk membahas masalah keuangan dan lainnya.

Mengutip dari jurnal yang ditulis oleh Dewi et al., 2020, financial literacy tidak hanya berpengaruh terhadap bagaimana seseorang mengelola uang dan mengatasi masalah keuangan, tetapi juga mempengaruhi pada kemampuan individu dalam membuat keputusan finansial pribadi terkait investasi, financial risk tolerance, menabung, meminjam uang, dan pilihan gaya hidup. Kurangnya financial literacy memungkinkan seseorang secara tidak sadar membuat keputusan keuangan yang tidak tepat dan kurang mampu menghadapi guncangan ekonomi yang tiba-tiba (Hung et al., 2009).

### Perilaku Pembelian Impulsif

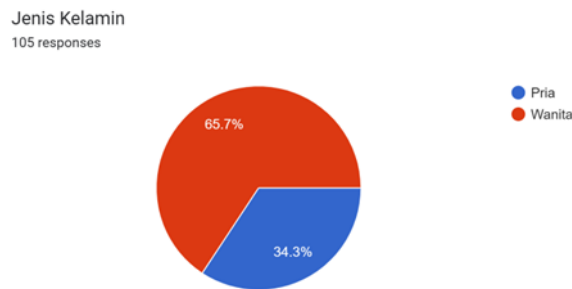
Menurut Ratnaningsih & Halidy (2022), merupakan pembelian yang terjadi ketika konsumen membeli secara spontan, tanpa melakukan pertimbangan, terhadap akibat, dan dipengaruhi oleh kondisi emosional. Menurut (Rook, 1987), Impulsif artinya suatu sikap ketika seseorang melakukan suatu tindakan tanpa memikirkan dampak dari apa yang dilakukan. Sementara itu, pembelian impulsif adalah suatu perilaku atau kebiasaan membeli barang tanpa direncanakan dan cenderung tidak dibutuhkan dan tidak memiliki manfaat tertentu. Sedangkan menurut (Effendi et al, 2020), pembelian impulsif adalah aktivitas pembelian yang dilakukan tanpa rencana dengan karakteristik pengambilan keputusan cenderung cepat dan ambisi untuk mempunyai.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### Analisis Statistik Deskriptif

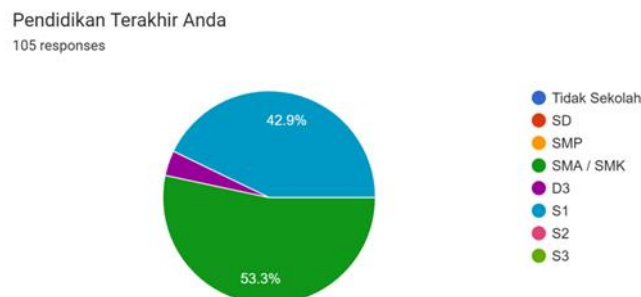
Data penelitian ini diperoleh melalui pembagian kuesioner melalui Google Form kepada responden yang merupakan generasi Z pengguna e-commerce di Indonesia. Melalui distribusi kuesioner, peneliti berhasil mengumpulkan 105 responden.



Gambar 1 Persentase Jenis Kelamin Responden

Sumber: Hasil Olahan Google Form

Hasil statistik olahan Google Form menunjukkan bahwa 65,7% responden dari total responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini berjenis kelamin wanita, sedangkan 34,3% sisanya berjenis kelamin pria.

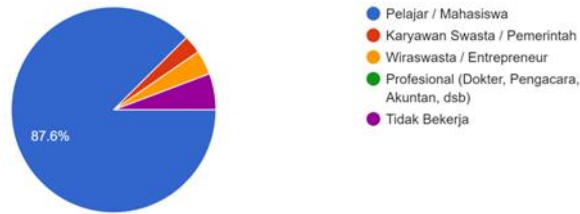


Gambar 2 Persentase Pendidikan Terakhir Responden

Sumber: Hasil Olahan Google Form

Hasil statistik olahan Google Form menunjukkan bahwa 53,3% responden merupakan lulusan SMA/SMK. Kemudian 42,9% responden merupakan lulusan S1. Sementara, 3,8% responden merupakan lulusan D3.

Pekerjaan Anda Saat Ini  
105 responses



Gambar 3 Persentase Pekerjaan Responden

Sumber: Hasil Olahan Google Form

Hasil statistik menunjukkan dominasi pekerjaan responden yang bergabung dalam penelitian ini bekerja sebagai pelajar/mahasiswa dengan persentase 87,6% dari total keseluruhan responden. Sisanya, 2,9% responden merupakan karyawan swasta/pemerintah, 3,8% wiraswasta/entrepreneur, dan 5,7% sisanya tidak bekerja.

#### Uji Validitas

Bagian uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian yang digunakan dapat diandalkan serta akurat.

Tabel 1 Hasil Perbandingan R Hitung dan R Tabel

Variabel	Item	Nilai R Hitung	Nilai R Tabel	Kesimpulan
<b>Metode Pembayaran Pay Later (X1)</b>	PL1	0.781	0.1796	Valid
	PL2	0.706	0.1796	Valid
	PL3	0.872	0.1796	Valid
	PL4	0.858	0.1796	Valid
	PL5	0.833	0.1796	Valid
	PL6	0.865	0.1796	Valid
	PL7	0.858	0.1796	Valid
<b>Financial Literacy (X2)</b>	FL1	0.873	0.1796	Valid
	FL2	0.857	0.1796	Valid
	FL3	0.821	0.1796	Valid
	FL4	0.861	0.1796	Valid
	FL5	0.875	0.1796	Valid
	FL6	0.915	0.1796	Valid
<b>Perilaku Pembelian Impulsif (Y)</b>	IM1	0.814	0.1796	Valid
	IM2	0.677	0.1796	Valid
	IM3	0.731	0.1796	Valid
	IM4	0.782	0.1796	Valid
	IM5	0.709	0.1796	Valid
	IM6	0.802	0.1796	Valid
	IM7	0.55	0.1796	Valid

Sumber: Hasil Olahan

Nilai r tabel didapatkan menggunakan rumus, yaitu  $Df = n - 2$ , dengan  $n = 85$ . Maka Df yang didapatkan sebesar 83 dengan tingkat nilai signifikansi sebesar 5% atau 0,005, sehingga didapatkan nilai r tabel sebesar 0,1796. Berdasarkan kriteria dan perbandingan yang ada, dapat diketahui bahwa setiap item pada kuesioner memiliki nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel yang telah ditetapkan, sehingga data yang ada dapat dikatakan valid untuk digunakan dalam penelitian.

### Uji Reliabilitas

Berikut merupakan hasil uji reliabilitas yang dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item (N)	Cronbach's Alpha	Kesimpulan
Metode Pembayaran Pay Later (X1)	7	0.922	Reliabel
Financial Literacy (X2)	6	0.933	Reliabel
Perilaku Pembelian Impulsif (Y)	7	0.850	Reliabel

Sumber: Hasil Olahan.

Hasil uji reliabilitas diatas menunjukkan bahwa setiap data dalam penelitian ini memenuhi kriteria untuk dikatakan konsisten dan dapat diandalkan (reliabel). Hal ini dibuktikan dengan nilai Cronbach's Alpha masing-masing variabel diatas 0,60.

### Hasil Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual	
N		85	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.71063435	
Most Extreme Differences	Absolute	.095	
	Positive	.089	
	Negative	-.095	
Test Statistic		.095	
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.054	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>d</sup>	Sig.	.053	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.047
		Upper Bound	.059

a. Test distribution is Normal.

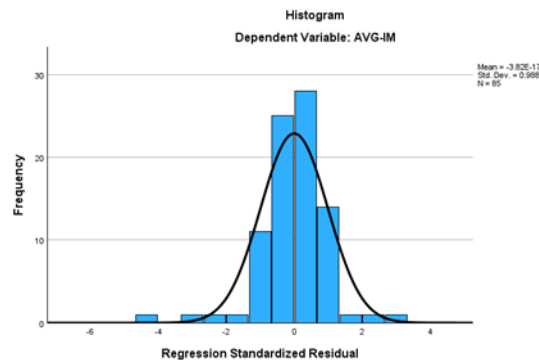
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber: Hasil Olahan IBM SPSS Statistics 23.

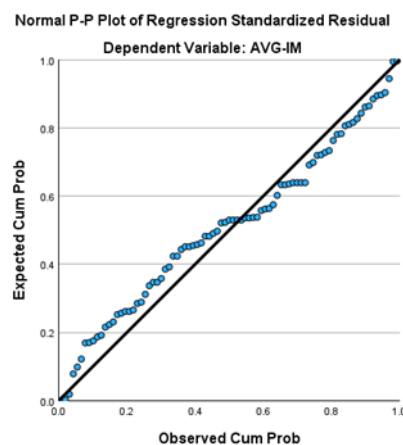
Berdasarkan hasil uji One Sample Kolmogorov-Smirnov diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi mencapai 0,054, melebihi nilai batas yang ditetapkan sebesar 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa data telah terdistribusi secara normal.



Gambar 4 Hasil Uji Normalitas Histogram

Sumber: Hasil Olahan IBM SPSS Statistics 23

Hasil uji normalitas yang ditunjukkan melalui histogram memperlihatkan data yang berbentuk kurva seperti gunung, yang dengan kata lain data terdistribusi secara normal.



Gambar 5 Hasil Uji Normalitas P-Plot

Sumber: Hasil Olahan IBM SPSS Statistics 23

Hasil uji normalitas yang ditunjukkan melalui P-Plot memperlihatkan titik-titik yang tidak menyebar terlalu jauh dari garis diagonal, yang kemudian dapat berarti data telah terdistribusi secara normal.

### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan uji keadaan dimana terjalin hubungan linear yang sempurna atau mendekati antar variabel independen dalam model regresi.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	19.142	2.974		6.438	<.001		
	AVG-PL	.269	.092	.395	2.910	.005	.371	2.697
	AVG-FL	-.225	.100	-.304	-2.237	.028	.371	2.697

a. Dependent Variable: AVG-IM

Sumber: Hasil Olahan IBM SPSS Statistics 23

Hasil uji multikolinearitas diatas menunjukkan nilai tolerance berada pada range > 0,1 dan nilai VIF berada pada range < 10. Sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi Multikolinearitas.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

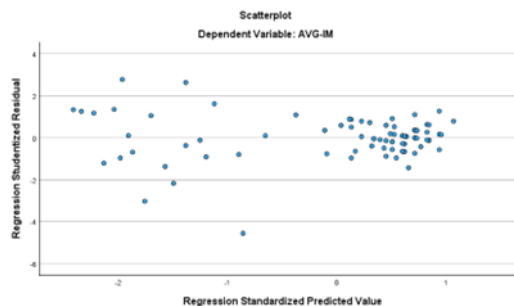
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	19.142	2.974		6.438	<.001		
	AVG-PL	.269	.092	.395	2.910	.005	.371	2.697
	AVG-FL	-.225	.100	-.304	-2.237	.028	.371	2.697

a. Dependent Variable: AVG-IM

Sumber: Hasil Olahan IBM SPSS Statistics 23

Hasil uji heteroskedastisitas diatas menunjukkan nilai signifikansi berada diatas 0,05 (> 0,05) yang berarti seluruh variabel dinilai memenuhi asumsi homoskedastisitas



Gambar 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot

Sumber: Hasil Olahan IBM SPSS Statistics 23

Gambar hasil heteroskedastisitas scatterplot menunjukkan titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

### Hasil Uji Hipotesis

## Uji T

Uji T ini dilakukan dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05.

Tabel 6. Hasil Uji T

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	19.142	2.974		6.438	<.001
	TOTAL PL	.269	.092	.395	2.910	.005
	TOTAL FL	-.225	.100	-.304	-2.237	.028

a. Dependent Variable: TOTAL IM

Sumber: Hasil Olahan IBM SPSS Statistics 23

Berdasarkan nilai Ttabel pada gambar diatas, maka hasil uji T penelitian ini adalah:

a. Metode pembayaran pay later (X1)

Hasil uji T menunjukkan signifikansi X1 sebesar  $0,005 < 0,05$  maka H1 diterima atau dapat dikatakan bahwa metode pembayaran pay later memiliki pengaruh parsial terhadap perilaku pembelian impulsif (Y).

b. Financial Literacy (X2)

Hasil uji T menunjukkan signifikansi X2 sebesar  $0,028 < 0,05$  maka H2 diterima atau dapat dikatakan bahwa financial literacy memiliki pengaruh parsial terhadap perilaku pembelian impulsif (Y)

## Uji F

Rumus yang dipakai dalam menentukan nilai FTabel yaitu,  $F_{Tabel} = (k ; n - k)$ , dengan  $k = 2$ ,  $n = 85$ . Maka perhitungannya adalah sebagai berikut  $F_{Tabel} = (2 ; 85 - 2) = (2 ; 83) = 3,1065$ .

Tabel 7. Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	483.230	2	241.615	32.101	<.001 <sup>b</sup>
	Residual	617.193	82	7.527		
	Total	1100.424	84			

a. Dependent Variable: Perilaku Impulsif

b. Predictors: (Constant), Financial Literacy, Pay Later

Sumber: Hasil Olahan IBM SPSS Statistics 23

Berdasarkan hasil uji F mengenai perhitungan  $F_{Tabel}$ , dapat diketahui bahwa  $F_{Hitung} 32,101 > F_{Tabel} 3,1065$ , dan memiliki nilai signifikansi  $< 0,001$  yang berarti bahwa nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Maka H3 diterima, hal ini menunjukkan bahwa metode pembayaran *pay later*

(X1) dan *financial literacy* (X2) memiliki pengaruh secara simultan terhadap perilaku pembelian impulsif (Y).

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Persamaan regresi linear berganda yaitu:  $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_n X_n$ .

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.142	2.974		6.438	<.001
	TOTAL PL	.269	.092	.395	2.910	.005
	TOTAL FL	-.225	.100	-.304	-2.237	.028

a. Dependent Variable: TOTAL IM

Sumber: Hasil Olahan IBM SPSS Statistics 23

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda diatas, maka membentuk persamaan sebagai berikut:

Perilaku pembelian impulsif (Y) = 19,142 + 0,269 Metode Pembayaran Pay Later - 0,225 Financial Literacy

- Nilai dari konstanta (a) yang positif sebesar 19,142 menunjukkan variabel independen dan variabel dependen saling mempengaruhi.
- Nilai koefisien regresi dari metode pembayaran pay later (X1) adalah 0,269. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh positif.
- Nilai koefisien regresi dari financial literacy (X2) adalah -0,225. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh negatif.

Koefisien Determinasi

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.663 <sup>a</sup>	.439	.425	2.743

a. Predictors: (Constant), TOTAL FL, TOTAL PL

Sumber: Hasil Olahan IBM SPSS Statistics 23

Seluruh variabel independen mampu menjelaskan seberapa besar pengaruhnya terhadap variabel dependen yaitu, sebesar 0,425 atau 42,5%. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel independen (metode pembayaran pay later dan financial literacy) secara bersama-sama/simultan dapat mempengaruhi variabel dependen (perilaku pembelian

impulsif) sebesar 42,5%, sedangkan 57,5% lainnya dipengaruhi variabel lain di luar penelitian ini.

#### Pengaruh Metode Pembayaran Pay Later Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, maka diketahui bahwa pengaruh metode pembayaran pay later terhadap perilaku pembelian impulsif (H1) diterima pada tingkat signifikansi 95%. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari (2020) yang mengatakan bahwa penggunaan pay later oleh pengguna e-commerce di Indonesia dapat memberikan pengaruh pada perilaku pembelian impulsif. Kemudian hasil uji T menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,005 yang lebih kecil dari 0,05, maka H1 diterima atau dapat dikatakan bahwa metode pembayaran pay later memiliki pengaruh parsial terhadap perilaku pembelian impulsif (Y). Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kemudahan yang ditawarkan oleh metode pembayaran pay later merupakan salah satu faktor yang mendorong perilaku pembelian impulsif pada generasi Z di Indonesia.

#### Pengaruh Financial Literacy Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, maka diketahui bahwa financial literacy tidak berpengaruh terhadap perilaku pembelian impulsif atau H2 tidak diterima pada tingkat signifikansi 95%. Hal tersebut dikuatkan dengan hasil uji T yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,028 yang lebih kecil dari 0,05, maka H2 diterima atau dapat dikatakan bahwa financial literacy memiliki pengaruh parsial terhadap perilaku pembelian impulsif (Y). Hasil ini selaras dengan penelitian sebelumnya, seperti penelitian milik Ramadany, C., & Artadita, S. (2022) yang mengatakan bahwa financial Literacy dapat membentuk perilaku dan pola konsumsi yang tidak konsumtif saat berbelanja menggunakan aplikasi belanja online dengan metode pembayaran pay later yang sedang marak digunakan generasi Z. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa generasi Z dengan financial literacy yang lebih baik cenderung lebih baik dalam mengelola keuangannya sehingga dapat terhindar dari perilaku pembelian impulsif. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa penting adanya program-program edukasi keuangan yang dirancang untuk fokus meningkatkan financial literacy, khususnya pada generasi Z sehingga lebih bijak dalam membuat keputusan pembelian.

#### Pengaruh Metode Pembayaran Pay Later dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, maka diketahui bahwa pengaruh metode pembayaran pay later dan financial literacy terhadap perilaku pembelian impulsif

(H3) dapat diterima pada tingkat signifikansi 95%. Hal tersebut dapat terlihat dari hasil uji F bahwa  $F_{hitung} 32,101 > F_{tabel} 3,1065$ . Selain itu dapat dibuktikan juga dengan nilai signifikansi yang diperoleh yaitu  $< 0,001$  dimana nilai ini lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa H3 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa metode pembayaran pay later (X1) dan financial literacy (X2) memiliki pengaruh secara simultan terhadap perilaku pembelian impulsif (Y). Hasil penelitian ini membuktikan bahwa metode pembayaran pay later tidak sebatas mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, melainkan juga mendorong mendukung perilaku impulsif. Sehingga, hal tersebut membuktikan pentingnya financial literacy yang lebih baik khususnya di kalangan generasi Z pengguna pay later untuk mengelola keuangannya dengan lebih bijak dan membantu mengendalikan resiko dari perilaku pembelian impulsif.

Berdasarkan hasil dari pengujian statistik sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut:

Tabel 10. Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

	Hipotesis	Hasil	Nilai <i>Sig.</i>
H1	Pengaruh Metode Pembayaran <i>Pay Later</i> Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif	Diterima	0,005
H2	Pengaruh <i>Financial Literacy</i> Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif	Diterima	0,028
H3	Pengaruh Metode Pembayaran <i>Pay Later</i> dan <i>Financial Literacy</i> Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif	Diterima	$< 0,001$

Sumber : Hasil Olahan

## SIMPULAN

Setelah melakukan penelitian ini, terdapat beberapa kesimpulan yang dapat diambil oleh peneliti, antara lain:

1. Penggunaan metode pembayaran pay later terbukti berpengaruh terhadap perilaku pembelian impulsif pengguna e-commerce generasi Z pada tingkat signifikansi 95%
2. Tingkat financial literacy terbukti berpengaruh terhadap perilaku pembelian impulsif pengguna e-commerce generasi Z pada tingkat signifikansi 95%
3. Penggunaan metode pembayaran pay later dan financial literacy berpengaruh secara simultan terhadap perilaku pembelian impulsif pengguna e-commerce generasi Z pada tingkat signifikansi 95%.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji validitas dan reliabilitas tingkat partisipasi politik masyarakat kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179-188. <https://doi.org/10.25077/jmu.8.1.179-188.2019>
- Aulia, T. N., Suryadi, E., & Safitri, H. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Wallet dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 7(3), 2010–2020. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i3.1601>
- Bangngu, S. G., Fanggalda, R. E., Kurniawaty, M., & Fanggalda, R. P. (2023). Pengaruh Penggunaan Paylater dan Cash On Delivery terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce Shopee di Kota Kupang. *penerbitgoodwood.com*. <https://doi.org/10.35912/jbpd.v2i2.2590>
- Batubara, M., Putri, M., & Hrp, M. R. A. (2024). Pengaruh Penggunaan Paylater terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* -. <https://doi.org/10.30651/jms.v9i1.21739>
- Dewi, Vera; Febrian, Erie; Effendi, Nury; and Anwar, Mokhammad, Financial Literacy among the Millennial Generation: Relationships between Knowledge, Skills, Attitude, and Behavior, *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 14(4), 2020, 24-37. doi:10.14453/aabfj.v14i4.3
- Dewi, V. I., Febrian, E., Effendi, N., Anwar, M., & Nidar, S. R. (2020). Financial literacy and its variables: The evidence from Indonesia. *Economics and Sociology*, 13(3), 133-154. doi:10.14254/2071-789X.2020/13-3/9
- Janna, N. M., & Herianto, H. (2021, January 22). Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS. <https://doi.org/10.31219/osf.io/v9j52>
- Konsumen. (n.d.). <https://ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/literasi-keuangan.aspx>
- Lusardi, A. (2019), "Financial literacy and the need for financial education: evidence and implications", *Swiss Journal of Economics and Statistics*, Vol. 155 No. 1, pp. 1-8.
- Lusardi, A. and Mitchell, O.S. (2007a), "Financial literacy and retirement preparedness: evidence and implications for financial education", *Business Economics*, Vol. 42 No. 1, pp. 35-44.
- Lusardi, A. and Mitchell, O.S. (2007b), "Baby boomer retirement security: the roles of planning, financial literacy, and housing wealth", *Journal of Monetary Economics*, Vol. 54 No. 1, pp. 205-224.
- Lusardi, A. and Mitchell, O.S. (2008), "Planning and financial literacy: how do women fare?",

- American Economic Review, Vol. 98 No. 2, pp. 413-417.
- Lusardi, A. and Mitchell, O.S. (2011), "Financial literacy around the world: an overview", *Journal of Pension Economics and Finance*, Vol. 10 No. 4, pp. 497-508.
- Lusardi, A. and Mitchell, O.S. (2014), "The economic importance of financial literacy: theory and evidence", *Journal of Economic Literature*, Vol. 52 No. 1, pp. 5-44.
- Lusardi, A. and Tufano, P. (2015), "Debt literacy, financial experiences, and overindebtedness", *Journal of Pension Economics and Finance*, Vol. 14 No. 04, pp. 332-368.
- Lusardi, A., Mitchell, O.S. and Curto, V. (2010), "Financial literacy among the young", *Journal of Consumer Affairs*, Vol. 44 No. 2, pp. 358-380.
- Managerial Finance* Vol. 48 No. 9/10, 2022 pp. 1530-1543 © Emerald Publishing Limited 0307-4358 DOI 10.1108/MF-10-2021-0509
- Mardiatmoko, G. (2020). PENTINGNYA UJI ASUMSI KLASIK PADA ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA (STUDI KASUS PENYUSUNAN PERSAMAAN ALLOMETRIK KENARI MUDA [CANARIUM INDICUM L.]). *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333-342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Mona, M., Kekenusa, J., & Prang, J. (2015). Penggunaan Regresi Linear Berganda untuk Menganalisis Pendapatan Petani Kelapa. Studi Kasus: Petani Kelapa Di Desa Beo, Kecamatan Beo Kabupaten Talaud. *d'Cartesian*, 4(2), 196-203. <https://doi.org/10.35799/dc.4.2.2015.9211>
- Rahmawati, G., & Mirati, E. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Pada Generasi Millenial. *Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen PNJ*, 3(0). <https://prosiding-old.pnj.ac.id/index.php/snampnj/article/view/5822/2871>
- Ramadany, C., & Artadita, S. (2022). Pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat penggunaan Shopee Paylater terhadap perilaku pembelian impulsif pada generasi milenial dan generasi Z di Indonesia. *Ramadany | YUME : Journal of Management*. <https://doi.org/10.37531/yum.v6i1.3700>
- Rinaldi, M., Prayudyanto, M. N., & Syaiful, S. (2021, November). Persepsi Masyarakat terhadap Tingkat Kepuasan Pelayanan Bus Transjabodetabek dengan Metode Uji Asumsi Klasik dan Uji Regresi Linear Berganda. In *Seminar Nasional Ketekniksipilan, Infrastruktur dan Industri Jasa Konstruksi (KIIJK)* (Vol. 1, No. 1, pp. 309-315). <http://prosiding.uika-bogor.ac.id/index.php/kijk/article/view/364>
- Rumah sakit dengan pelayanan berkualitas - Siloam Hospitals. (n.d.). Siloam Hospitals. <https://www.siloamhospitals.com/informasi-siloam/artikel/apa-itu-impulsive->

buying

- Sari, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(1), 44–57. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v7i1.2058>
- Sarigül, H. (2014). A survey of financial literacy among university students. *Journal of Accounting & Finance*, (64), pp.207-244.
- Umam, L. ', & Bachtiar, F. (2024). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna Ecommerce Di Indonesia. *jurnal.kolibi.org*. <https://doi.org/10.572349/neraca.v2i1.740>
- View of Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan FOMO terhadap pembelian impulsif pada Gen Z pengguna Shopee Pay Later. (n.d.). <https://jcs.greenpublisher.id/index.php/jcs/article/view/595/583>
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896–2910. <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i1.6187>
- Widdowson, D., & Hailwood, K. (2007). Financial literacy and its role in promoting a sound financial system. *Reserve Bank of New Zealand Bulletin*, 70(2).
- Yuliara, I. M. (2016). Regresi linier berganda. Denpasar: Universitas Udayana. [https://simdos.unud.ac.id/uploads/file\\_pendidikan\\_1\\_dir/5f0221d2b0bb7ced1d61798fab7f4ad3.pdf](https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_pendidikan_1_dir/5f0221d2b0bb7ced1d61798fab7f4ad3.pdf).