

**PENGARUH KEMUDAHAN, GAYA HIDUP DAN LITERASI
KEUANGAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN SHOPEE
PAYLATER PADA KECAMATAN KEPANJEN**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

**Muhammad Firdaus Zaki
NPM. 22001081223**



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
2024**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Kemudahan, Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee *Paylater* Pada Kecamatan Kepanjen. Jumlah sampel yang ditentukan menggunakan rumus Malhotra dan didapatkan hasil sebanyak 80 responden. Data didapatkan dengan cara menyebarkan kuisioner pada Masyarakat Kecamatan Kepanjen yang dipilih secara *purposive sampling*. Analisis data pada penelitian ini menggunakan SPSS versi 29. Teknik pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linear berganda, uji f, uji t dan uji koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas Kemudahan, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan.

Kata Kunci: Kemudahan, Gaya Hidup, Literasi Keuangan dan Keputusan Penggunaan.

ABSTRACT

This research aims to determine the extent of the influence of Ease of Use, Lifestyle, and Financial Literacy on the Decision to Use Shopee Paylater in Kepanjen District. The sample size was determined using Malhotra's formula, resulting in 80 respondents. Data were collected by distributing questionnaires to the people of Kepanjen District, selected through purposive sampling. The data analysis in this study utilized SPSS version 29. The data testing techniques used in this research include validity tests, reliability tests, normality tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, F-tests, T-tests, and the coefficient of determination (R^2) tests. The results of this study indicate that Ease of Use, Lifestyle, and Financial Literacy have a positive and significant effect on UsageDecisions.

Keywords: *Ease of Use, Lifestyle, Financial Literacy, and Usage Decision*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digitalisasi pada era saat ini telah mengakibatkan banyak perubahan yang terjadi dengan cepat, terutama dalam bidang teknologi. Teknologi menjadi unsur utama dalam mendorong persaingan bisnis, baik itu bisnis skala kecil maupun besar, dengan memungkinkan mereka untuk melakukan transaksi dan berkomunikasi jarak jauh melalui internet. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi memiliki dampak yang signifikan dalam era digital, terutama di sektor keuangan yang merupakan bagian penting dalam perekonomian. Teknologi ini telah memengaruhi hampir semua aspek masyarakat, mengubah aktivitas yang sebelumnya bersifat fisik menjadi nonfisik, terutama dalam konteks bisnis yang semakin beralih ke infrastruktur digital.

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah memberikan kemudahan dalam kehidupan sehari-hari, terutama dalam konteks bisnis, termasuk dalam industri *E-commerce*. Menurut Purnamasari et al., (2023) Internet juga berperan penting dalam mendukung pertumbuhan *E-commerce* dengan adanya banyak platform online yang memfasilitasi transaksi jual-beli secara elektronik. Hadirnya *E-commerce* telah membuat perubahan pada perilaku konsumen yang semula hanya berbelanja secara offline dengan datang langsung ke pusat perbelanjaan, pasar, maupun toko itu sendiri sekarang dapat dengan mudah dilakukan secara online di rumah. Perubahan perilaku

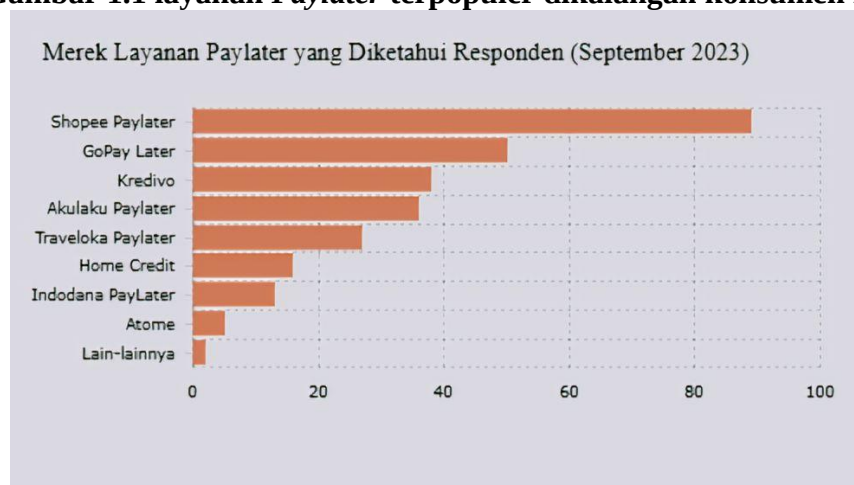
masyarakat dapat diamati dari peningkatan minat dan kebiasaan berbelanja secara online. Dalam dunia perdagangan, kemajuan teknologi terlihat dalam upaya memenuhi kebutuhan konsumen melalui berbagai platform marketplace, di antaranya adalah Shopee.

Shopee merupakan sebuah platform marketplace yang tersedia dalam bentuk aplikasi, yang beroperasi di bidang perdagangan secara online dan dapat diakses dengan mudah melalui perangkat ponsel. Shopee menyediakan beragam produk mulai dari sandang, pangan, hingga papan, yang dapat dipilih oleh pengguna sesuai dengan kebutuhan mereka. Shopee menjadi salah satu marketplace yang paling disenangi oleh masyarakat. Menurut Databoks Katadata.co.id (2023) pada September 2023 situs Shopee tercatat menerima 237 juta kunjungan, melesat sekitar 38% dibanding posisi awal tahun (year-to-date/ytd). Pertumbuhan pengunjung Shopee itu jauh melampaui para pesaing *marketplace* yang lain. Dalam lingkungan *E-commerce* yang terus berkembang, terjadi revolusi signifikan dalam hal uang dan transaksi keuangan, terutama melalui pemanfaatan teknologi keuangan (*fintech*). Konsep nilai uang tidak lagi terbatas pada uang fisik berupa kertas dan koin, namun dapat disimpan dan ditransaksikan dalam bentuk elektronik. Shopee sebagai salah satu pemimpin dalam industri *E-commerce*, memanfaatkan *fintech* dengan menghadirkan fitur *Shopee Paylater*.

Shopee Paylater telah menjadikan proses berbelanja dan bertransaksi lebih mudah, menjadikannya semakin populer terutama di kalangan anak muda. Fitur "bayar nanti" ini memberikan kemudahan kepada banyak anak muda, pekerja, dan karyawan yang ingin membeli produk yang mereka inginkan atau

butuhkan, namun belum memiliki dana yang cukup atau belum menerima gaji. Hal ini membuat sebagian masyarakat merasa terbantu oleh perkembangan teknologi dan merasa puas karena dapat memenuhi kebutuhan serta keinginan mereka, mulai dari berbelanja hingga berwisata. Inilah mengapa Shopee *Paylater* sangat begitu populer serta sangat digemari oleh kaum muda (Rahmawati & Mirati, 2022).

Gambar 1.1 layanan *Paylater* terpopuler dikalangan konsumen Indonesia



Sumber: Databoks katadata, 2023

Berdasarkan laporan Populix bertajuk *Unveiling Indonesia's Financial Evolution: Fintech Lending & Paylater Adoption* edisi (Oktober 2023), layanan *Paylater* yang memiliki *brand awareness* tertinggi adalah Shopee *Paylater*. Selain paling populer, Shopee *Paylater* juga paling banyak digunakan. Dari 45% responden yang mengaku pernah menggunakan *Paylater* 77% di antaranya menjawab pernah menikmati layanan Shopee *Paylater*.

Keputusan penggunaan adalah tindakan yang diambil oleh individu, kelompok, atau organisasi untuk memilih, membeli, dan menggunakan produk, jasa, ide, atau pengalaman sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka (Kotler dan Armstrong, 2016). Sehingga dapat dikatakan keputusan

penggunaan *Paylater* adalah bagian dari perilaku seseorang yang memanfaatkan inovasi dari teknologi guna melakukan transaksi online untuk memuaskan kebutuhan serta keinginan mereka. Penggunaan Shopee *Paylater* bisa menjadi pemicu untuk meningkatkan frekuensi dan jumlah pembelian, yang pada gilirannya dapat memicu terjadinya ketagihan belanja online. Dengan Shopee *Paylater*, pengguna bisa mengajukan permintaan pembayaran nanti dan melakukan transaksi hanya dengan menggunakan smartphone. Selain itu, sistem pembayaran ini juga memungkinkan pengguna untuk mendapatkan promo dan diskon yang lebih besar, yang membuatnya lebih terdorong untuk menggunakan sistem pembayaran ini. Menurut (Sumartono, 2002) Seseorang membeli produk bukan karena produk yang dipakai telah habis, melainkan karena adanya iming-iming yang ditawarkan atau bahkan produk tersebut sedang tren. Dengan mudahnya tergiur oleh produk yang sedang tren maka terjadilah perilaku konsumtif dengan mengambil keputusan untuk membeli sebuah barang atau produk tersebut dengan menggunakan metode pembayaran *Paylater* ini.

Menurut Jogiyanto (2007) Persepsi kemudahan mengacu pada pandangan bahwa pengguna tidak perlu melakukan usaha yang berlebihan saat menggunakan teknologi informasi. Ketika suatu sistem dianggap mudah digunakan, pengguna cenderung lebih termotivasi untuk mempelajari fitur-fiturnya dan kemungkinan besar akan memiliki niat untuk menggunakan sistem tersebut secara berkelanjutan. Menurut Jogiyanto (2007) Persepsi kemudahan penggunaan adalah keyakinan seseorang tentang seberapa mudahnya menggunakan suatu teknologi tanpa memerlukan usaha yang berlebihan. Hal

ini mencerminkan keyakinan individu terhadap kemudahan dalam mengambil keputusan. Jika seseorang yakin bahwa suatu sistem informasi mudah digunakan, maka dia cenderung akan menggunakan sistem tersebut. Kemudahan dalam menggunakan *Paylater* mengacu pada tingkat kenyamanan dan kepraktisan dalam memanfaatkan layanan *Paylater* untuk melakukan transaksi pembayaran. Ini mencakup proses pendaftaran, penggunaan, serta pembayaran tagihan secara efisien dan tanpa kesulitan berarti bagi pengguna.

Dalam era modern ini, kehidupan telah mengajarkan manusia untuk tidak hanya memenuhi kebutuhan fisiknya, tetapi juga untuk mengejar keinginan-keinginan mereka. Banyak orang tidak lagi membeli barang hanya karena kebutuhan, tetapi juga karena keinginan untuk memiliki produk tersebut. Perubahan gaya hidup saat ini dapat berpengaruh pada perilaku konsumtif masyarakat dalam membeli barang-barang yang tidak merupakan kebutuhan pokok mereka. Menurut Alamanda (2018) Gaya hidup mengacu pada pola konsumsi yang mencerminkan pilihan individu terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk bagaimana mereka menggunakan waktu dan uang mereka. Gaya hidup mencerminkan keseluruhan identitas seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya. Terkadang sebagian orang ingin diakui eksistensinya bahkan mereka melakukan cara apapun untuk bisa menjadi bagian dari lingkungan tersebut. Mereka mengikuti mode yang sedang tren pada saat itu tetapi seiring berjalannya waktu mode tersebut juga ikut berubah, sehingga merasa tidak akan puas dengan apa yang telah mereka miliki yang mengakibatkan mereka mengkonsumsi barang tanpa berpikir Panjang untuk membelinya.

Di sisi lain, ada potensi bahaya yang perlu menjadi perhatian bagi siapa pun yang terlibat dalam pembelian dan bisnis online (Sampouw & Wulandari, 2020). Akibatnya, sangat penting untuk memperoleh informasi tentang keuangan, tidak hanya dalam bentuk pengetahuan dasar tetapi juga dalam bentuk pengetahuan lanjutan. Menurut Khofifa et al, (2022) Literasi keuangan mengacu pada pemahaman dan pengetahuan tentang keuangan yang penting bagi setiap individu untuk menghindari kesulitan keuangan dan mengelola keuangan mereka dengan baik. Pengambilan keputusan keuangan yang baik dan pengelolaan uang dengan bijaksana merupakan hal yang sangat penting untuk mencapai kehidupan yang sejahtera. Hal ini hanya dapat dicapai melalui pemahaman dan pengetahuan yang baik tentang keuangan, yang disebut sebagai literasi keuangan. Seseorang yang memiliki pemahaman tentang literasi keuangan akan menjadi konsumen yang cerdas dalam pengambilan keputusan pembelian atau penggunaan produk. Mereka cenderung mempertimbangkan manfaat serta potensi risiko atau kerugian yang terkait dengan pembelian produk tersebut dengan teliti sebelum membuat keputusan.

Berbagai manfaat yang dilengkapi kemudahan yang disediakan pihak Shopee, maka akan mendorong minat konsumen dalam penggunaan Shopee *Paylater* saat berbelanja. Masyarakat Indonesia menjadi mudah berketergantungan dan terus menerus untuk menggunakan layanan *Paylater* untuk melakukan pembayaran atau transaksi setiap pembelian produk pada Shopee. Terutama di Kabupaten Malang tepatnya pada Kecamatan Kepanjen, banyak Masyarakat yang menggunakan layanan *Paylater* di setiap pembelian produk pada platform Shopee. Mereka merasa diuntungkan dengan metode

pembayaran ini sehingga banyak dari mereka merasa terbantu. Tidak hanya merasa diuntungkan saja dengan pembayaran ini saja, melainkan dengan mudahnya mengakses layanan *Paylater* menjadikan perilaku konsumtif pada Masyarakat Kecamatan Kepanjen, kebanyakan dari mereka membeli barang bukan suatu kebutuhannya, melainkan hanya sekedar untuk memenuhi sebuah keinginannya dalam membeli produk tersebut. Akibatnya mereka mengkonsumsi barang dan jasa tanpa berpikir panjang untuk membelinya. Tetapi dengan memberikan kemudahan dan layanan pada pembayaran *Paylater* ini terdapat juga faktor kurangnya pemahaman tentang literasi keuangan.

Dengan keputusan tersebut dapat mendorong pengguna untuk menggunakan fitur Shopee *Paylater*. Berdasarkan informasi yang disajikan dalam latar belakang masalah tersebut, penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan memilih judul “Pengaruh Kemudahan, Gaya Hidup, Dan Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee *Paylater* Pada Kecamatan Kepanjen”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di bagian sebelumnya, rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pengaruh Kemudahan, gaya hidup, dan literasi keuangan terhadap keputusan penggunaan Shopee *Paylater* pada Kecamatan Kepanjen?
2. Bagaimana pengaruh Kemudahan terhadap keputusan penggunaan Shopee *Paylater* pada Kecamatan Kepanjen?

3. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap keputusan penggunaan Shopee *Paylater* pada Kecamatan Kepanjen?
4. Bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan penggunaan Shopee *Paylater* pada Kecamatan Kepanjen?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Kemudahan, gaya hidup, dan literasi keuangan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan penggunaan Shopee *Paylater* pada Kecamatan Kepanjen.
2. Untuk mengetahui Kemudahan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan penggunaan Shopee *Paylater* pada Kecamatan Kepanjen.
3. Untuk mengetahui gaya hidup berpengaruh secara parsial terhadap keputusan penggunaan Shopee *Paylater* pada Kecamatan Kepanjen.
4. Untuk mengetahui literasi keuangan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan penggunaan Shopee *Paylater* pada Kecamatan Kepanjen.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang baik dari segi praktis maupun teoritis.

A. Manfaat secara praktisi:

Temuan dari penelitian ini dapat membantu dalam merancang produk dan layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan Shopee *Paylater*. Hal ini dapat meningkatkan daya tarik produk dan layanan.

B. Manfaat secara teoritis:

Hasil penelitian dapat digunakan untuk memperkuat atau memperbaiki hipotesis yang telah diajukan, sehingga memperkaya pemahaman kita tentang hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya sehingga dapat membuat dan mengembangkan penelitian menjadi lebih baik lagi.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian yang dilakukan mulai dari bulan Maret 2024 sampai Mei 2024 ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh Kemudahan, Gaya Hidup dan literasi Keuangan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Shopee *Paylater* pada Kecamatan Kepanjen baik secara simultan maupun secara parsial. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan adalah sebagai berikut:

1. Kemudahan, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Shopee *Paylater* pada Kecamatan Kepanjen.
2. Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Shopee *Paylater* pada Kecamatan Kepanjen.
3. Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Shopee *Paylater* pada Kecamatan Kepanjen.
4. Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Shopee *Paylater* pada Kecamatan Kepanjen.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dari penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yang menimbulkan gangguan dan kurangnya hasil penelitian ini. Keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini antara lain mencakup hal-hal sebagai berikut:

1. Keterbatasan waktu, biaya dan tenaga sehingga membuat penelitian ini kurang maksimal.

2. Keterbatasan pengetahuan penulis dalam membuat dan menyusun tulisan ini, sehingga perlu diuji kembali keandalannya di masa depan.

5.3 Saran

Dengan mempertimbangkan keterbatasan yang telah disebutkan sebelumnya, peneliti menyadari bahwa tidak ada penelitian yang sempurna. Oleh karena itu, berikut adalah beberapa saran yang diajukan untuk peneliti selanjutnya:

1. Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan dan referensi untuk penelitian selanjutnya. Diharapkan peneliti berikutnya mempertimbangkan lokasi yang berbeda sebagai objek penelitian.
2. Peneliti berikutnya disarankan untuk menambahkan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan penggunaan. Seperti:
 - 1) Variabel Resiko terhadap Keputusan Penggunaan, sebagai penyedia layanan berusaha untuk mengelola risiko ini dengan menyediakan informasi yang transparan, mengelola keamanan data dengan baik, dan menawarkan berbagai opsi untuk membantu pengguna mengelola pembayaran mereka dengan tepat waktu.
 - 2) Variabel Kepercayaan juga dapat mempengaruhi Keputusan Penggunaan, pengguna lebih cenderung menggunakan layanan apabila mereka percaya bahwa penggunaannya aman saat melakukan transaksi keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, R. (2023). Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Resiko Dan Promosi, terhadap Keputusan Penggunaan Shopee *Paylater* Di Solo Raya. *Jurnal Riset Ekonomi dan Akuntansi*, 1(3), 213-235.
- Alamanda, Y. (2018). Pengaruh harga diri dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 6(2), 273-279.
- Alwi, H. (2007). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Amal, M. I. (2021). Pengaruh Persepsi Risiko Riba Terhadap Niat Menggunakan Layanan.
- Ardi, A. S. (2022). Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee *Paylater* (Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa).
- Bachtiar, T. S., & Muchtasib, A. B. (2022). Pengaruh Pengetahuan Riba, Motivasi Konsumen dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Penggunaan *Paylater* dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Generasi Milenial Muslim Pengguna Shopee*Paylater* di Jabodetabek). In *Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen PNJ* (Vol. 3).
- Eviana, V., & Saputra, A. J. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Penggunaan Sistem Pembayaran Pay Later. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(1), 1968-1977.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Peneliti Universitas Diponegoro.
- Herlinawati, L., & Krisnawati, A. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Penggunaan Ovo Pada Ibu Rumah Tangga Di Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 8(3).
- Hidayanti, N., Wiryaningtyas, D. P., Ariyantiningtyas, F., & Ciptasari, A. D. W. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee *Paylater* Melalui *Financial Technology* Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Abdurachman Saleh Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2(7), 1471-1489.
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/11/pengunjung-Shopee-makin-banyak-bagaimana-E-commerce-lain>
- Indahyani, K. (2021). Pengaruh Nilai Harga, Literasi Keuangan Dan Kemampuan Finansial Terhadap Minat Penggunaan Dompot Digital (Shopeepay) Dalam Transaksi Keuangan (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha) (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Ganesha).

- Istiarni, P. R. D., & Hadiprajitno, P. B. (2014). Analisis pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan kredibilitas terhadap minat penggunaan berulang internet banking dengan sikap penggunaan sebagai variabel intervening (studi empiris: nasabah layanan internet banking di Indonesia). *Diponegoro Journal of Accounting*, 3(2), 888-897.
- Jogiyanto, H. M. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan (Revisi)*. Yogyakarta: Andi.
- Kalinic, Z., Marinkovic, V., Molinillo, S., & Liébana-Cabanillas, F. (2019). A multi-analytical approach to peer-to-peer mobile payment acceptance prediction. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 49, 143-153.
- Khofifah, A., Wahyuni, I., & Subaida, I. (2022). Pengaruh Financial Technology Terhadap Perilaku Keuangan Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Abdurachman Saleh Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(3), 523-537.
- Kilamanca, D. F. (2006). Hubungan antara kebutuhan afiliasi dan keterbukaan diri dengan intensitas mengakses situs jejaring sosial pada remaja. (Skripsi, Universitas Negeri Surakarta).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (Edisi ke-12, Jilid I dan II)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2005). *Marketing Management 11th ed, jilid 1 & 2 (terjemahan)*. Indeks, Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*, New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2011). Edisi 10. “*Marketing an Introduction*”. Indonesia: Perason.
- Malhotra, N. K. (2006). *Questionnaire design. The handbook of marketing research: Uses, misuses, and future advances*, 83.
- Mien, N. T. N., & Thao, T. P. (2015, July). *Factors affecting personal financial management behaviors: Evidence from Vietnam. In Proceedings of the Second Asia-Pacific Conference on Global Business, Economics, Finance and Social Sciences (AP15Vietnam Conference) (Vol. 10, No. 5, pp. 1-16)*.
- Muhamad, N. (2023, Oktober 23). 8 Layanan Paylater Terpopuler Di Indonesia, Shopee Paylater Juara. Retrieved From Databoks.Katadata.Co.Id: <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2023/10/25/8-LayananPaylater-Terpopuler-Di-Indonesia-Shopee-Paylater-Juara>
- Murti, H. T., Puspita, V., & Ratih, P. (2021). Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Manajemen Perubahan Organisasi dalam Mendukung Bisnis Berkelanjutan

- Pasca Covid-19 pada UMKM di Kota Bengkulu. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran Digital*, 1(1), 33-41.
- Novendra, B., & Aulianisa, S. S. (2020). Konsep Dan Perbandingan *Buy Now, Pay Later* Dengan Kredit Perbankan Di Indonesia: Sebuah Keniscayaan Di Era Digital Dan Teknologi. *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, 9(2), 183.
- Pontania, A. (2016). Hubungan antara konsep diri dengan gaya hidup hedonis pada siswa SMA negeri 4 Surakarta (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Prazadhea, A. A. (2023). Pengaruh literasi keuangan, perilaku keuangan, kemudahan dan manfaat akses terhadap keputusan penggunaan Shopee *Paylater* pada mahasiswa PTN di Malang (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Purnamasari, I., & Suryandari, R. T. (2023). *Effect of e-service quality on e-repurchase intention in Indonesia online shopping: e-satisfaction and e-trust as mediation variables. European Journal of Business and Management Research*, 8(1), 155-161.
- Rahmadhani, V., Rianto, M. R., Woestho, C., Bukhari, E., & Widjanarko, W. (2024). *Influence of Financial Knowledge and Perceived Ease on User Decisions Through Shopee Paylater User Interest. BUSINESS: Scientific Journal of Business and Entrepreneurship*, 2(1), 56-68.
- Rahmawati, G., & Mirati, E. (2022). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater pada generasi millenial. In *Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen PNJ* (Vol. 3).
- Rahmayanti, W., Nuryani, H. S., & Salam, A. (2019). Pengaruh sikap keuangan dan perilaku keuangan terhadap literasi keuangan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1).
- Ramadhan, D., Asri, H. R., Gisijanto, H. A., Hartanti, N. D., & Setyarini, E. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Digital Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS pada Generasi Muda. *Revenue: Lentera Bisnis Manajemen*, 1(04), 162-170.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono (2019) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono (2017), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, PT. Alfabeta: Yogyakarta
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. Alfabeta.
- Sumartono, S. (2002). Terperangkap dalam iklan: Meneropong imbas pesan iklan televisi. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2015). Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). *User acceptance of information technology: Toward a unified view. MIS quarterly*, 425-478.
- Widiyanti, W. (2020). Pengaruh kemanfaatan, kemudahan penggunaan dan promosi terhadap keputusan penggunaan e-wallet ovo di Depok. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 7(1), 54-68.
- Wulandari, A., & Sampouw, C. P. (2020). Proses Pengambilan Keputusan dalam Situs Belanja Online “Shopee” sebagai Pemenuhan Kebutuhan Konsumen. *JCommsci-Journal Of Media and Communication Science*, 3(2).
- Zahra, H. M. A. R., Kanto, D. S., & Bastaman, A. (2023). *The Influence Of Advertising Appeals, Lifestyle And Celebrity Endorser On The Decision To Use The Digital Kredivo Credit Platform With Brand Image As An Intervening Variable. Jurnal Ekonomi*, 12(04), 830-838.