PENGARUH PENGELOLAAN KEUANGAN, GAYA HIDUP, DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN *SPAYLATER* PADA GENERASI Z (STUDI KASUS PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH RIAU ANGKATAN 2022)

Siti Silvia Rahma, Bakaruddin, Ikhbal Akhmad
Jurusan Manajemen, Universitas Muhammadiyah Riau
Email: **ssitisilvia15@gmail.com**

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pengelolaan keuangan, gaya hidup, dan media sosial terhadap keputusan penggunaan SPaylater pada Generasi Z, dengan studi kasus pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Riau Angkatan 2022. Fenomena yang melatarbelakangi penelitian ini adalah tingginya tingkat penggunaan SPaylater di kalangan Mahasiswa, di mana hasil pra-survei terhadap 25 responden menunjukkan 72% (18 orang) merupakan pengguna aktif SPaylater . Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang bersifat asosiatif. Populasi penelitian berjumlah 297 Mahasiswa aktif Program Studi Manajemen Angkatan 2022, dengan jumlah sampel sebanyak 75 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin (taraf kesalahan 10%). Data dikumpulkan melalui kuesioner (google form) dengan skala Likert 1-5 dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh item kuesioner dinyatakan valid dan reliabel (Cronbach's Alpha > 0,60). Hasil uji t menunjukkan bahwa Pengelolaan Keuangan (t hitung 5,097 > t tabel 1,994; sig. 0,001), Gaya Hidup (t hitung 5,418 > t tabel 1,994; sig. 0,001), dan Media Sosial (t hitung 8,877 > t tabel 1,994; sig. 0,001) masing-masing berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Penggunaan SPaylater . Hasil uji F menunjukkan bahwa ketiga variabel bebas tersebut secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan SPaylater (F hitung 28,661 > F tabel 2,50; sig. 0,000). Nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,529, yang berarti pengelolaan keuangan, gaya hidup, dan media sosial mampu menjelaskan 52,9% variasi keputusan penggunaan SPaylater , sedangkan 47,1% sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini. Media Sosial merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan di antara ketiga variabel bebas.

Kata Kunci: Pengelolaan Keuangan, Gaya Hidup, Media Sosial, Keputusan Penggunaan, SPaylater, Generasi Z.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan pada berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk pada sektor keuangan. Kemajuan teknologi keuangan (*financial technology*) mendorong hadirnya beragam layanan pembayaran elektronik dan transaksi daring yang semakin terintegrasi dalam aktivitas sehari-hari masyarakat. Salah satu layanan dompet digital yang secara bertahap

menggantikan metode pembayaran konvensional adalah *SPaylater* , yang menawarkan kemudahan transaksi hanya melalui *smartphone* (Citra *et al*., 2025). Berdasarkan data IDN Research Institute (2025), *Shopee Paylater* menjadi layanan *paylater* yang paling banyak digunakan di Indonesia, didorong oleh integrasi langsung dengan *platform* Shopee, kemudahan memperoleh limit, serta berbagai promo seperti *cashback* dan gratis ongkir.

Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Riau sejatinya telah dibekali ilmu manajemen keuangan sejak semester 3 dan 4 (Rasyid, 2010). Namun demikian, penerapannya dalam kehidupan sehari-hari belum menjadi prioritas utama, yang terlihat dari masih banyaknya Mahasiswa yang mengalami kehabisan uang sebelum waktunya serta jarang mencatat pengeluaran (Usman, 2023). Populasi Mahasiswa aktif Program Studi Manajemen Angkatan 2022 tercatat sebanyak 297 orang (Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2024). Hasil pra-survei terhadap 25 responden Mahasiswa Manajemen UMRI Angkatan 2022 menunjukkan bahwa 72% (18 orang) merupakan pengguna aktif *SPaylater* , sedangkan 28% (7 orang) bukan pengguna aktif, yang mengindikasikan tingginya minat Generasi Z terhadap layanan ini.

Fenomena tingginya penggunaan *SPaylater* menunjukkan adanya pergeseran cara pandang terhadap utang dan konsumsi. Meskipun secara kurikulum Mahasiswa telah dibekali teori manajemen keuangan, godaan konsumsi instan sering kali melampaui pemahaman teoritis tersebut. Kecenderungan Mahasiswa menggunakan fitur ini juga dipicu oleh lingkungan pergaulan (*peer pressure*), di mana kemudahan akses belanja daring menciptakan kebiasaan pembelian impulsif tanpa mempertimbangkan nilai waktu dari uang (*time value of money*). Apabila tidak dikelola dengan bijak, penggunaan *SPaylater* dapat menyebabkan ketergantungan finansial dan peningkatan beban kewajiban pembayaran di masa mendatang (Citra *et al*., 2025).

Gaya hidup, sebagai pola hidup individu yang tercermin melalui aktivitas, minat, dan opini (Rhamadan & Susanti, 2025), turut memengaruhi perilaku konsumsi generasi muda. Chaniago (2024) menjelaskan bahwa gaya hidup konsumtif yang didukung kemudahan akses kredit membuat generasi muda semakin terbiasa berutang. Di sisi lain, media sosial berperan signifikan dalam memengaruhi keputusan penggunaan *SPaylater* melalui penyebaran informasi, ulasan pengguna, promosi, dan interaksi dengan penyedia layanan (Aldani, 2024; Yuliani, 2023; Zaelani & Ulya, 2023 dalam Agung, 2025). Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini mengkaji Pengaruh Pengelolaan Keuangan, Gaya Hidup, dan Media Sosial terhadap Keputusan Penggunaan *SPaylater* pada Generasi Z (Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Riau Angkatan 2022).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif dan signifikan pengelolaan keuangan, gaya hidup, dan media sosial, baik secara parsial maupun simultan, terhadap keputusan penggunaan *SPaylater* pada Generasi Z Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Riau Angkatan 2022.

KAJIAN PUSTAKA

Keputusan Penggunaan *SPaylater* pada Gen Z

Generasi Z adalah individu yang lahir sekitar tahun 1997-2012 dan tumbuh di era perkembangan teknologi digital, dikenal adaptif terhadap teknologi, aktif menggunakan media sosial, serta memiliki gaya hidup dinamis. Keputusan penggunaan merupakan proses pengambilan keputusan individu setelah melalui tahapan pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, hingga keputusan akhir menggunakan suatu produk atau layanan. Rhamadan dan Susanti (2025) menjelaskan bahwa literasi keuangan digital dan gaya hidup konsumtif berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *SPaylater* , sementara Agung (2025) menyatakan bahwa pengelolaan keuangan, gaya hidup, dan media sosial berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *paylater*. Indikator keputusan penggunaan dalam penelitian ini meliputi minat menggunakan, frekuensi penggunaan, kemudahan penggunaan, pertimbangan manfaat dan risiko, serta keputusan melanjutkan penggunaan.

Pengelolaan Keuangan

Pengelolaan keuangan merupakan kemampuan individu dalam merencanakan, mengatur, mengendalikan, dan mengevaluasi penggunaan dana secara efektif dan efisien, yang tercermin dari perilaku menyusun anggaran, membedakan kebutuhan dan keinginan, menabung, serta mengelola utang secara bijak. Chaniago dan Suwaidi (2024) menyatakan bahwa perilaku pengelolaan keuangan berpengaruh terhadap penggunaan *SPaylater* pada Generasi Z, dan individu dengan manajemen keuangan yang baik cenderung lebih rasional dalam menggunakan layanan *paylater*. Agung (2025) juga menemukan hasil serupa. Indikator pengelolaan keuangan meliputi perencanaan keuangan, pengendalian pengeluaran, pengelolaan utang, pengelolaan pendapatan, dan kedisiplinan keuangan.

Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan pola hidup seseorang yang tercermin dalam aktivitas, minat, dan opini, serta memengaruhi perilaku konsumsi. Rhamadan dan Susanti (2025) menyatakan bahwa gaya hidup konsumtif berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *SPaylater* pada Mahasiswa Generasi Z, sementara Avivi Hilwana A. *et al*. (2025) menemukan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna *SPaylater* dengan kontrol diri sebagai variabel moderasi. Indikator gaya hidup meliputi pola konsumsi, orientasi pada tren, pembelian impulsif, gengsi, dan citra diri.

Media Sosial

Media sosial merupakan *platform* digital yang memungkinkan pengguna berinteraksi, berbagi informasi, serta memperoleh konten promosi dan rekomendasi produk. Agung (2025) menyatakan bahwa media sosial berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *paylater*, di mana intensitas paparan promosi dapat membentuk persepsi dan mendorong individu menggunakan layanan tersebut. Umayah dan Rahmayanti (2024) juga menemukan bahwa faktor digital berpengaruh terhadap minat berbelanja Mahasiswa. Indikator media sosial meliputi intensitas penggunaan media sosial, paparan iklan/promosi, pengaruh influencer, ulasan dan rekomendasi pengguna lain, serta kepercayaan terhadap informasi di media sosial.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang bersifat asosiatif, bertujuan mengetahui hubungan dan pengaruh antara pengelolaan keuangan, gaya hidup, dan media sosial terhadap keputusan penggunaan *SPaylater* pada Generasi Z. Penelitian dilaksanakan pada bulan Februari 2026 sampai dengan April 2026, berlokasi di Universitas Muhammadiyah Riau, khususnya pada Program Studi Manajemen Angkatan 2022 Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jalan Tuanku Tambusai, Kota Pekanbaru, Riau.

Populasi penelitian adalah Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2022 Universitas Muhammadiyah Riau yang termasuk kategori Generasi Z (lahir 1997-2012), memiliki akun Shopee, dan pernah atau sedang menggunakan *SPaylater* , dengan jumlah populasi sebanyak 297 Mahasiswa (Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2024). Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan taraf kesalahan (e) sebesar 10% karena populasi kurang dari 1000, sehingga diperoleh n = 74,81 yang dibulatkan menjadi 75 Mahasiswa. Kriteria responden meliputi: (1) Mahasiswa aktif Prodi Manajemen Angkatan 2022 UMRI; (2) Mahasiswa Generasi Z yang pernah atau sedang menggunakan *SPaylater* ; dan (3) Mahasiswa yang telah menyelesaikan Mata Kuliah Manajemen Keuangan.

Sumber data yang digunakan adalah data primer, yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner (angket) secara daring menggunakan *Google form*s. Seluruh variabel diukur menggunakan skala Likert lima poin (Sangat Setuju = 5, Setuju = 4, Netral = 3, Tidak Setuju = 2, Sangat Tidak Setuju = 1).

Teknik analisis data menggunakan program SPSS dengan tahapan: (1) analisis statistik deskriptif dan analisis indeks tanggapan responden; (2) uji kualitas data (uji validitas dan uji reliabilitas dengan Cronbach's Alpha > 0,60); (3) uji asumsi klasik (uji normalitas Kolmogorov-Smirnov, uji multikolinearitas dengan Tolerance dan VIF, serta uji heteroskedastisitas dengan uji Glejser/scatterplot); (4) analisis regresi linear berganda dengan persamaan $Y = \alpha + \beta1X1 + \beta2X2 + \beta3X3 + e$; serta (5) uji hipotesis melalui uji t (parsial), uji F (simultan), dan uji koefisien determinasi (Adjusted R^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Kuesioner disebarkan kepada 75 responden pada tanggal 20 April 2026 sampai dengan 08 Juni 2026 melalui Google forms, dengan tingkat pengembalian kuesioner sebesar 100% (75 kuesioner dapat digunakan seluruhnya).

Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Analisis indeks tanggapan responden terhadap masing-masing variabel dirangkum pada Tabel 4.

Tabel 4. Rekapitulasi Skor Rata-rata Variabel Penelitian

Variabel	Skor Rata-rata	Kategori
Pengelolaan Keuangan (X1)	2,05	Kurang Baik
Gaya Hidup (X2)	2,90	Cukup
Media Sosial (X3)	2,46	Rendah

Sumber: Data diolah (2026)

Skor rata-rata Pengelolaan Keuangan sebesar 2,05 (kategori kurang baik) menunjukkan bahwa sebagian besar responden belum menerapkan pengelolaan keuangan yang baik dalam penggunaan *SPaylater* ; skor tertinggi pada indikator menyisihkan sebagian pendapatan untuk membayar kewajiban (2,16), sedangkan skor terendah pada indikator membayar tagihan sebelum jatuh tempo (1,85). Skor rata-rata Gaya Hidup sebesar 2,90 (kategori cukup) menunjukkan pengaruh yang cukup terhadap keputusan penggunaan *SPaylater* , dengan skor tertinggi pada indikator penggunaan *SPaylater* untuk memenuhi gaya hidup (3,31) dan skor terendah pada indikator pemilihan produk untuk meningkatkan citra diri (2,44). Skor rata-rata Media Sosial sebesar 2,46 (kategori rendah) menunjukkan bahwa informasi, promosi, dan konten media sosial belum menjadi faktor utama pendorong penggunaan *SPaylater* , dengan skor tertinggi pada indikator konten influencer (3,04) dan skor terendah pada indikator intensitas penggunaan media sosial harian (1,85). Adapun pada variabel Keputusan Penggunaan *SPaylater* , skor tertinggi terdapat pada indikator preferensi *SPaylater* dibandingkan metode pembayaran lain (3,13), sedangkan skor terendah pada indikator pemahaman terhadap risiko penggunaan (2,04), yang mengindikasikan perlunya peningkatan literasi keuangan mahasiswa terkait risiko layanan *paylater*.

Uji Kualitas Data

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh 15 item pernyataan pada masing-masing variabel Pengelolaan Keuangan (X1), Gaya Hidup (X2), Media Sosial (X3), dan Keputusan Penggunaan *SPaylater* (Y) dinyatakan valid, karena nilai r hitung pada setiap item (berkisar antara 0,424 hingga 0,860) lebih besar dari r tabel sebesar 0,2272. Hasil uji reliabilitas dirangkum pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha Hitung	Alpha Standar	Keterangan
Pengelolaan Keuangan (X1)	0,953	0,6	Reliabel
Gaya Hidup (X2)	0,942	0,6	Reliabel
Media Sosial (X3)	0,935	0,6	Reliabel
Keputusan Penggunaan *SPaylater* (Y)	0,941	0,6	Reliabel

Sumber: Data Output SPSS 27.0 (2026)

Seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60, sehingga seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan konsisten digunakan dalam penelitian ini.

Uji Asumsi Klasik

Hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov terhadap 75 responden menunjukkan bahwa variabel Gaya Hidup (sig. 0,200) dan Keputusan Penggunaan *SPaylater* (sig. 0,200) berdistribusi normal karena nilai signifikansi > 0,05, sedangkan variabel Pengelolaan Keuangan (sig. 0,001) dan Media Sosial (sig. 0,037) tidak berdistribusi normal secara sempurna karena nilai signifikansi < 0,05. Namun demikian, hasil uji grafik histogram menunjukkan pola residual terstandarisasi menyerupai kurva normal (bell-shaped curve), dan diagram normal P-P Plot menunjukkan penyebaran data

mengikuti garis diagonal, sehingga model regresi tetap dapat digunakan dalam penelitian ini.

Hasil uji multikolinearitas dirangkum pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Pengelolaan Keuangan (X1)	0,659	1,518	Tidak terjadi multikolinearitas
Gaya Hidup (X2)	0,496	2,018	Tidak terjadi multikolinearitas
Media Sosial (X3)	0,366	2,730	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data Output SPSS 27.0 (2026)

Seluruh variabel independen memiliki nilai Tolerance > 0,10 dan VIF < 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas antarvariabel independen. Hasil uji heteroskedastisitas melalui diagram scatterplot menunjukkan bahwa titik-titik data menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil analisis regresi linear berganda dirangkum pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji T

Variabel	Koefisien (B)	t hitung	t tabel	Sig.	Keterangan
Konstanta	8,099	-	-	-	-
Pengelolaan Keuangan (X1)	0,203	5,097	1,994	0,001	Signifikan
Gaya Hidup (X2)	0,113	5,418	1,994	0,001	Signifikan
Media Sosial (X3)	0,545	8,877	1,994	0,001	Signifikan

Sumber: Data Output SPSS 27.0 (2026)

Berdasarkan Tabel 7, diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 8{,}099 + 0{,}203X1 + 0{,}113X2 + 0{,}545X3$$

Nilai konstanta sebesar 8,099 menunjukkan bahwa apabila Pengelolaan Keuangan, Gaya Hidup, dan Media Sosial bernilai nol/konstan, maka nilai Keputusan Penggunaan *SPaylater* sebesar 8,099. Koefisien regresi Pengelolaan Keuangan sebesar 0,203 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan Pengelolaan Keuangan akan meningkatkan Keputusan Penggunaan *SPaylater* sebesar 0,203 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap. Koefisien regresi Gaya Hidup sebesar 0,113 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan Gaya Hidup akan meningkatkan Keputusan Penggunaan *SPaylater* sebesar 0,113 satuan. Koefisien regresi Media Sosial sebesar 0,545, yang merupakan koefisien terbesar di antara

ketiga variabel, menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan Media Sosial akan meningkatkan Keputusan Penggunaan *SPaylater* sebesar 0,545 satuan.

Uji Hipotesis

Hasil uji t menunjukkan bahwa Pengelolaan Keuangan (t hitung 5,097 > t tabel 1,994; sig. 0,001 < 0,05), Gaya Hidup (t hitung 5,418 > t tabel 1,994; sig. 0,001 < 0,05), dan Media Sosial (t hitung 8,877 > t tabel 1,994; sig. 0,001 < 0,05) masing-masing berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Penggunaan *SPaylater* , sehingga H1, H2, dan H3 diterima. Nilai t hitung Media Sosial yang paling besar mengindikasikan bahwa variabel ini merupakan variabel yang paling dominan memengaruhi Keputusan Penggunaan *SPaylater* .

Hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 28,661 dengan signifikansi 0,000, yang lebih besar dari F tabel sebesar 2,50 pada taraf signifikansi 5% (df = n - k - 1 = 75 - 4 - 1 = 70). Karena F hitung (28,661) > F tabel (2,50) dan nilai signifikansi (0,001) < (0,05), maka Pengelolaan Keuangan, Gaya Hidup, dan Media Sosial secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan *SPaylater* , sehingga H4 diterima.

Nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) diperoleh sebesar 0,529, yang menunjukkan bahwa Pengelolaan Keuangan, Gaya Hidup, dan Media Sosial secara bersama-sama memberikan pengaruh sebesar 52,9% terhadap Keputusan Penggunaan *SPaylater* , sedangkan sisanya sebesar 47,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Pengelolaan Keuangan terhadap Keputusan Penggunaan *SPaylater* . Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengelolaan Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan *SPaylater* pada Mahasiswa. Mahasiswa yang memiliki pengelolaan keuangan yang baik cenderung lebih mampu mempertimbangkan manfaat, risiko, serta kemampuan pembayaran sebelum memutuskan menggunakan layanan *SPaylater* . Hasil ini sejalan dengan penelitian Chaniago dan Suwaidi (2024) yang menyatakan bahwa perilaku pengelolaan keuangan berpengaruh terhadap penggunaan *SPaylater* pada Generasi Z, serta penelitian Safitri dan Susyani (2025) yang menemukan bahwa perilaku pengelolaan keuangan memiliki peranan penting dalam penggunaan layanan *SPaylater* .

Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Penggunaan *SPaylater* . Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan *SPaylater* . Mahasiswa dengan gaya hidup modern, mengikuti perkembangan teknologi, serta aktif dalam aktivitas konsumsi digital memiliki kecenderungan lebih tinggi untuk menggunakan *SPaylater* karena kemudahan transaksi dan fleksibilitas pembayaran yang ditawarkan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Rahayu dan Wulandari (2023) serta Putri dan Ramadhani (2022)

yang menemukan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *SPaylater* .

Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Penggunaan *SPaylater* . Hasil penelitian menunjukkan bahwa Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan *SPaylater* , dan merupakan variabel yang paling dominan berdasarkan nilai t hitung tertinggi. Informasi, promosi, iklan, ulasan pengguna, serta konten yang dibagikan melalui media sosial dapat meningkatkan pengetahuan dan minat Mahasiswa terhadap layanan *SPaylater* . Hasil ini sejalan dengan penelitian Sari dan Pratiwi (2023) serta Chaniago dan Suwaidi (2024) yang menemukan bahwa promosi dan informasi yang disampaikan melalui media sosial berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan pembayaran digital.

Pengaruh Simultan Pengelolaan Keuangan, Gaya Hidup, dan Media Sosial terhadap Keputusan Penggunaan *SPaylater* . Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan *SPaylater* . Keputusan Mahasiswa dalam menggunakan *SPaylater* merupakan kombinasi dari kemampuan mengelola keuangan, gaya hidup yang dimiliki, serta informasi dan promosi yang diperoleh melalui media sosial. Hasil ini sejalan dengan penelitian Chaniago dan Suwaidi (2024) serta Safitri dan Susyani (2025) yang menunjukkan bahwa faktor perilaku keuangan, gaya hidup digital, dan pemanfaatan teknologi digital secara bersama-sama memengaruhi penggunaan layanan *paylater* pada Generasi Z.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) Pengelolaan Keuangan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Penggunaan *SPaylater* (t hitung 5,097 > t tabel 1,994; sig. 0,001 < 0,05); (2) Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Penggunaan *SPaylater* (t hitung 5,418 > t tabel 1,994; sig. 0,001 < 0,05); (3) Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Penggunaan *SPaylater* (t hitung 8,877 > t tabel 1,994; sig. 0,001 < 0,05); (4) Pengelolaan Keuangan, Gaya Hidup, dan Media Sosial secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan *SPaylater* (F hitung 28,661 > F tabel 2,50; sig. 0,001 < 0,05); dan (5) Nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,529 menunjukkan bahwa ketiga variabel bebas memberikan pengaruh sebesar 52,9% terhadap Keputusan Penggunaan *SPaylater* , sedangkan 47,1% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Saran

(1) Mahasiswa diharapkan dapat meningkatkan kemampuan mengelola keuangan dengan lebih baik sebelum memutuskan menggunakan SPaylater , serta lebih bijak dalam menyikapi pengaruh gaya hidup dan promosi di media sosial agar keputusan penggunaan dilakukan secara rasional. (2) Perguruan tinggi diharapkan dapat

meningkatkan program literasi keuangan bagi Mahasiswa melalui seminar, pelatihan, maupun kegiatan edukatif lainnya. (3) Mengingat variabel dalam penelitian ini hanya mampu menjelaskan 52,9% variasi Keputusan Penggunaan SPaylater , peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti literasi keuangan, kontrol diri, kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, promosi, kepercayaan, atau perilaku konsumtif agar diperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

Agung, N. (2025). Pengaruh pengelolaan keuangan, gaya hidup, dan media sosial terhadap keputusan penggunaan *paylater* pada generasi sandwich. 14(10), 1448–1460.

Avivi Hilwana, A., Widyastuti, U., & Noviarini, D. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Pay Later: Peran Moderasi Kontrol Diri pada Generasi Z. PENG: Jurnal Ekonomi dan Manajemen, 3(1), 422–437. https://doi.org/10.62710/k5em1b31

Chaniago, H. Z., & Suwaidi, R. A. (2024). Analisis Perilaku Pengelolaan Keuangan Generasi Z Pengguna Shopee *Paylater*. Jurnal Ekonomi Efektif.

Citra, C. R., Putri, B. A., Jessica, D., Mustika, V., & Pujia, D. P. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Generasi Z Menggunakan Dompet Digital (*SPaylater*): Studi tentang Kemudahan Penggunaan dan Gaya Hidup PT Hichem Indonesia. Jurnal Pendidikan Tambusai.

Ferdinand, A. (2014). Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Regresi Linier Berganda. Semarang: UNDIP Press.

Putri, & Ramadhani. (2022). Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Penggunaan *Shopee Paylater* pada Mahasiswa. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital.

Rahayu, & Wulandari. (2023). Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Penggunaan Layanan *Paylater*. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 8(2), 112–120.

Rhamadan, D., & Susanti, N. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Digital Dan Gaya Hidup Konsumtif Terhadap Keputusan Pengunaan *Shopee Paylater* Pada Mahasiswa Gen Z (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Dehasen Bengkulu). 2(1), 1–8.

Safitri, W. I., & Susyani, N. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Sikap Keuangan terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Pengguna Shopee *Paylater*. Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis.

Sari, & Pratiwi. (2023). Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Pembayaran Digital. Jurnal Komunikasi dan Pemasaran Digital.

Septiyani, & Wediawati. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Digital Payment terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z. Journal of Business and Management.

Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sunyoto, D. (2016). Metode dan Instrumen Penelitian Ekonomi dan Bisnis. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).

Umayah, S., & Rahmayanti, S. (2024). Pengaruh Kemudahan Penggunaan *Shopee Paylater* Terhadap Minat Berbelanja Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Riau. Economics Accounting and Business Journal.