

PENGARUH *FINANCIAL LITERACY* DAN *FINANCIAL SELF-EFFICACY* TERHADAP *RISKY CREDIT BEHAVIOR* DALAM PENGGUNAAN PAYLATER DENGAN *IMPULSE BUYING TENDENCY* SEBAGAI VARIABEL MODERATING
(Studi Pada Gen Z Kabupaten Batang)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

NOVIANA

NIM 4121174

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2025

PENGARUH *FINANCIAL LITERACY* DAN *FINANCIAL SELF-EFFICACY* TERHADAP *RISKY CREDIT BEHAVIOR* DALAM PENGGUNAAN PAYLATER DENGAN *IMPULSE BUYING TENDENCY* SEBAGAI VARIABEL MODERATING
(Studi Pada Gen Z Kabupaten Batang)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

NOVIANA

NIM 4121174

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2025

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Noviana
NIM : 4121174
Judul Skripsi : **Pengaruh *Financial Literacy* Dan *Financial Self-Efficacy* Terhadap *Risky Credit Behavior* Dalam Penggunaan Paylater Dengan *Impulse Buying Tendency* Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Gen Z Kabupaten Batang)**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 25 Juni 2025

Yang menyatakan,



Noviana

NIM. 4121174

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Noviana

Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudari:

Nama : Noviana

NIM : 4121174

Judul Skripsi : **Pengaruh *Financial Literacy* Dan *Financial Self-Efficacy* Terhadap *Risky Credit Behavior* Dalam Penggunaan Paylater Dengan *Impulse Buying Tendency* Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Gen Z Kabupaten Batang)**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera di munaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 25 Juni 2025

Pembimbing,



Agus Arwani, M. Ag.
NIP. 197608072014121002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajen Pekalongan, Kab Pekalongan Kode Pos 51161

Website : www.febi.uingusdur.ac.id | email : febi.uingusdur@ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan Skripsi saudara:

Nama : Noviana
NIM : 4121174
Judul : Pengaruh *Financial Literacy* Dan *Financial Self-Efficacy* Terhadap *Risky Credit Behavior* Dalam Penggunaan Paylater Dengan *Impulse Buying Tendency* Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Gen Z Kabupaten Batang)
Dosen Pembimbing : Agus Arwani, M.Ag.

Telah diujikan pada hari Rabu tanggal 09 Juli 2025 dan dinyatakan **LULUS**, serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I

Versiandhika Yudha P., M.M.
NIP. 199101162019031006

Penguji II

Nur Fani Arisnawati, M.M.
NIP. 198801192023212022

Pekalongan, 14 Juli 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. H. A.M. Muh Khafidz Ma'shum, M.Ag.
NIP. 197806162003121003

MOTTO

“Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah berjanji, bahwa
sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(Q.S. Al-Insyirah: 5-6)

“Tugas kita bukanlah untuk berhasil, tugas kita adalah untuk mencoba karena
didalam mencoba itulah kita menemukan kesempatan untuk berhasil”

-Buya Hamka-



PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Dalam pembuatan skripsi ini peneliti banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan materil maupun non materil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari peneliti kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan skripsi ini:

1. Kedua orang tua saya, Bapak Darkum dan Ibu Nur Aini. Orang hebat yang selalu menjadi penyemangat saya dan sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia. Yang tiada henti memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan dukungan, motivasi, nasehat serta Do'a tulus kasih yang tidak pernah putus dipanjatkan dalam setiap sujudnya. Terima kasih untuk segalanya berkat Ibu Bapak saya bisa sampai dititik ini.
2. Kakak dan Adik saya, Agus Rianto, Fatakhul Alim, dan Muhammad Azhar Verda serta Ana Milatul Khusna kakak ipar saya, yang selalu memberikan dukungan tiada henti dalam melaksanakan kuliah dan menyelesaikan skripsi.
3. Bapak Agus Arwani, M.Ag., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing dan memberikan masukan serta arahan dari awal proses bimbingan hingga pengerjaan skripsi selesai.
4. Bapak M. Arif Kurniawan, M.M., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing dan memberikan masukan dalam perkuliahan sehingga peneliti dapat menyelesaikan studi dengan tepat waktu.
5. Sahabat-sahabat saya yang kebersamai selama masa perkuliahan dari semester awal hingga saat ini berjuang meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).
6. Khoirul Anam, yang selalu mendukung dan kebersamai langkah dimasa perkuliahan hingga saat ini selesainya skripsi. Terima kasih selalu menemani, memberikan semangat, dan selalu ada dalam suka maupun duka.
7. Noviana, diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih

selalu berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya.

8. Terima kasih kepada semua pihak yang sudah memberikan bantuannya, semoga Allah SWT membalas kebaikan yang telah diberikan dan semoga Karya Tulis Ilmiah ini dapat menambah wawasan serta bermanfaat bagi penulis ataupun pembaca.



ABSTRAK

NOVIANA. Pengaruh *Financial Literacy* Dan *Financial Self-Efficacy* Terhadap *Risky Credit Behavior* Dengan *Impulse Buying Tendency* Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Gen Z Kabupaten Batang).

Penggunaan layanan Paylater yang semakin meluas pada Gen Z mendorong mereka berani mengambil risiko kredit sejak usia dini tanpa mempertimbangkan konsekuensi. Meskipun penggunaan Paylater memberikan kemudahan dalam transaksi, meningkatnya jumlah pengguna muda juga menimbulkan tantangan baru, terutama dalam hal literasi keuangan dan manajemen utang. Kemudahan penggunaan Paylater dan minimnya literasi keuangan serta *Self-Efficacy* menyebabkan Gen Z berisiko terjebak dalam pola konsumsi impulsif dan akumulasi utang yang sulit dikendalikan.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan metode pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* untuk memperoleh data primer yang diambil melalui kuisioner dan diolah dengan aplikasi IBM SPSS Statistic versi 31.

. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Financial Literacy* negatif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap *Risky Credit Behavior*, *Financial Self-Efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Risky Credit Behavior*, *Impulse Buying Tendency* tidak dapat memoderasi hubungan *Financial Literacy* terhadap *Risky Credit Behavior*, *Impulse Buying Tendency* memoderasi hubungan *Financial Self-Efficacy* terhadap *Risky Credit Behavior* dalam penggunaan Paylater pada Gen Z Kabupaten Batang. Hasil penelitian ini mengimplikasikan bahwa peningkatan *Financial Self-efficacy* justru dapat mendorong perilaku kredit berisiko pada Gen Z pengguna Paylater di Kabupaten Batang, terutama jika disertai dengan kecenderungan *impulse Buying Tendency* yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan diri dalam mengelola keuangan tidak selalu berdampak positif, terutama bila tidak diimbangi dengan pengendalian diri.

Kata Kunci: *Risky Credit Behavior*, Paylater, Gen Z

ABSTRACT

NOVIANA. *The Influence Of Financial Literacy And Financial Self-Efficacy On Risky Credit Behavior In The Use Of Paylater With Impulse Buying Tendency As A Moderating Variable (Study On Gen Z Batang District).*

The growing use of Paylater services among Gen Z encourages them to take credit risks from an early age without considering the consequences. Although Paylater makes transactions easier, the increasing number of young users also poses new challenges, especially in terms of financial literacy and debt management. The ease of using Paylater and the lack of financial literacy and self-efficacy put Gen Z at risk of falling into impulsive consumption patterns and accumulating uncontrollable debt.

This study is a field research study using a quantitative approach. The study employs purposive sampling to collect primary data through questionnaires, which are analyzed using IBM SPSS Statistics version 31.

The results of this study indicate that Financial Literacy is negative and does not significantly influence Risky Credit Behavior, Financial Self-Efficacy has a positive and significant influence on Risky Credit Behavior, Impulse Buying Tendency cannot moderate the relationship between Financial Literacy and Risky Credit Behavior, and Impulse Buying Tendency moderates the relationship between Financial Self-Efficacy and Risky Credit Behavior in the use of Paylater among Gen Z in Batang Regency. The results of this study imply that an increase in Financial Self-Efficacy can actually encourage risky credit behavior among Gen Z Paylater users in Batang Regency, especially if accompanied by a high Impulse Buying Tendency. This indicates that confidence in managing finances does not always have a positive impact, especially if it is not balanced with self-control.

Keywords: Risky Credit Behavior, Paylater, Gen Z

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT. karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya sampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim M.Ag. selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
2. Dr. H. A.M. Khafidz Ma'shum, M.Ag. selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. Dr. Kuat Ismanto, M.Ag. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Muhammad Aris Safi'i, M.E.I. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
5. Agus Arwani, M.Ag. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini
6. M. Arif Kurniawan, M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang sudah memberikan bimbingan perkuliahan dan ilmunya dari awal hingga akhir dan

memberikan arahan pembuatan judul skripsi sebagai langkah awal tersusunnya skripsi ini.

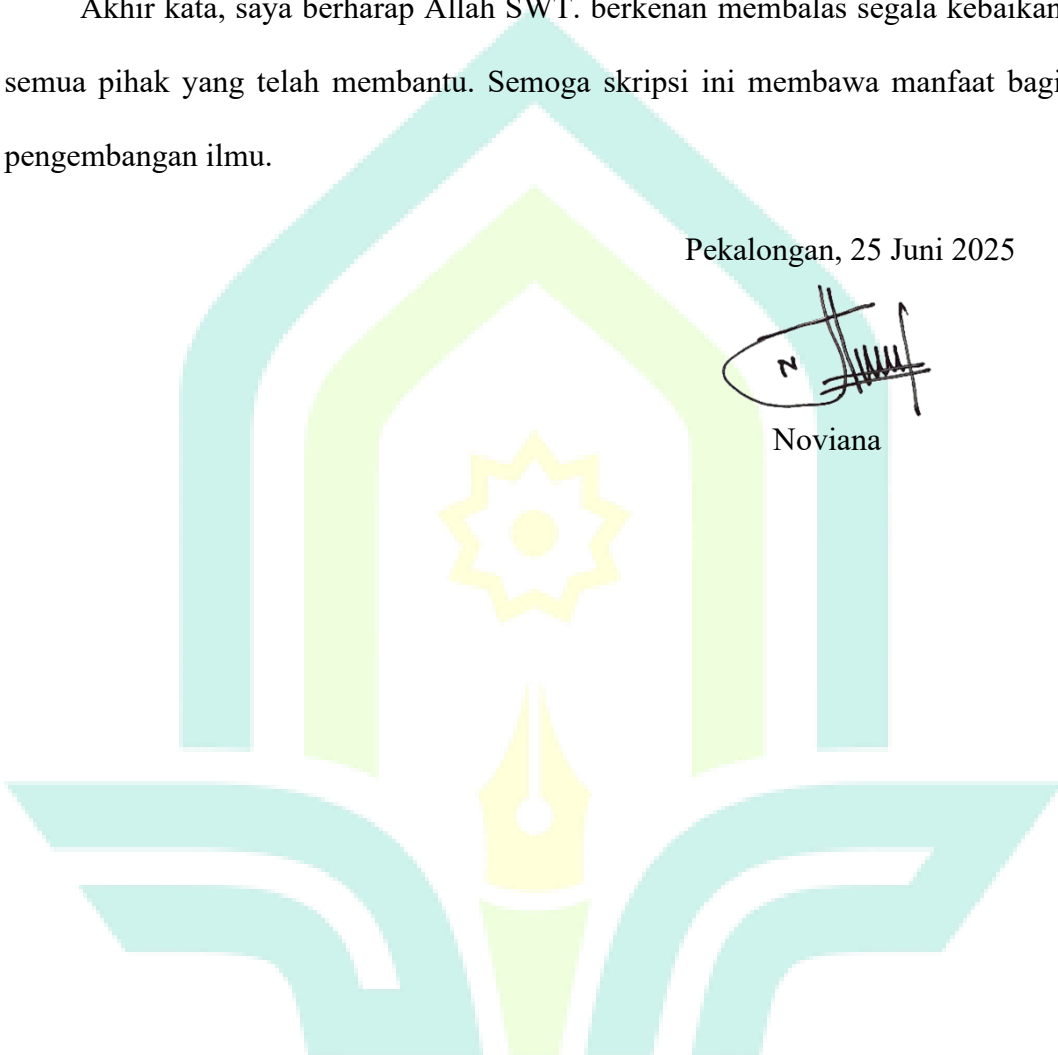
7. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan spiritual.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT. berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 25 Juni 2025



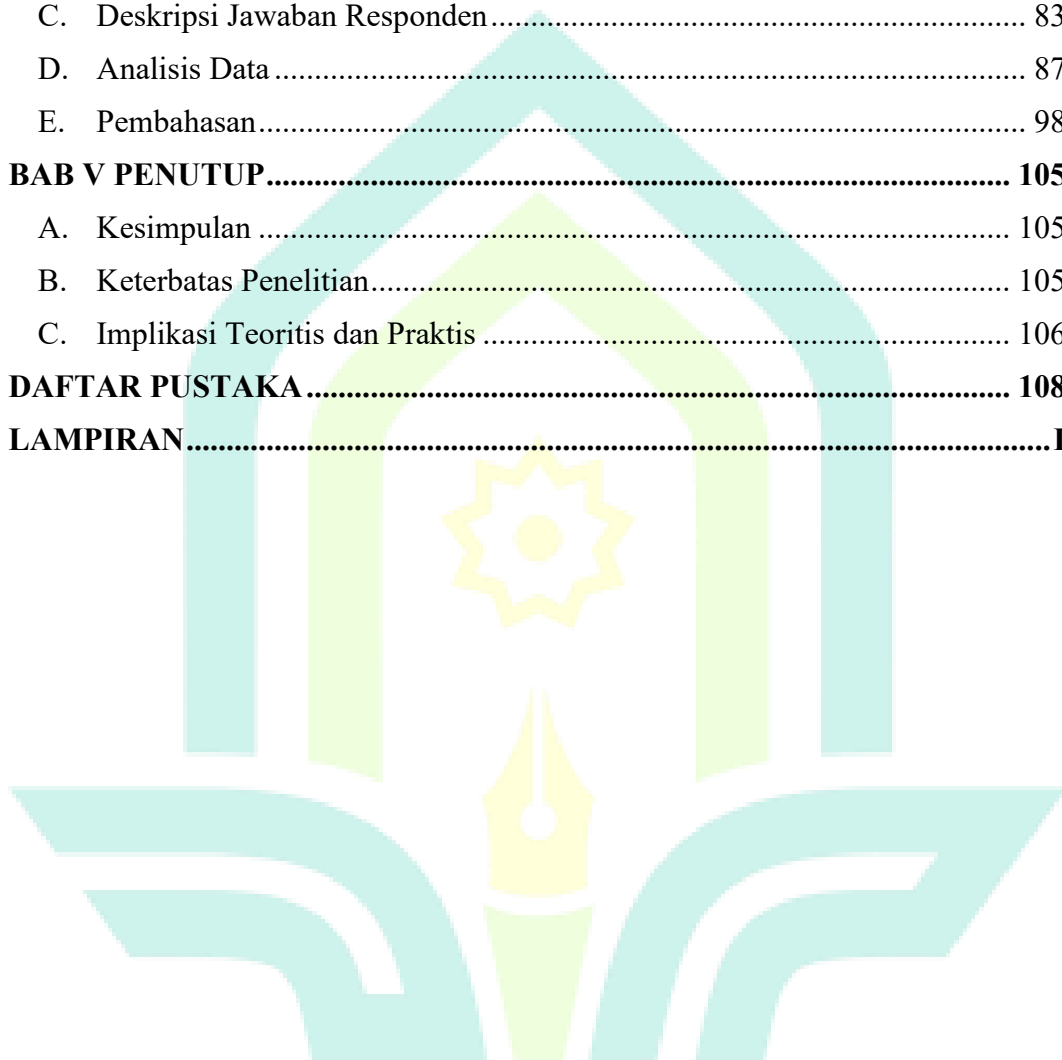
Noviana



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	ii
NOTA PEMBIMBING	Error! Bookmark not defined.
PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiv
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
E. Sistematika Pembahasan	13
BAB II LANDASAN TEORI	15
A. Landasan Teori.....	15
B. Telaah Pustaka	30
C. Kerangka Berpikir.....	52
D. Hipotesis.....	54
BAB III METODE PENELITIAN	59
A. Jenis Penelitian.....	59
B. Pendekatan Penelitian	59
C. Setting Penelitian	60
D. Populasi dan Sampel	60
E. Variabel Penelitian	62

F. Sumber Data.....	68
G. Teknik Pengumpulan Data.....	68
H. Metode Analisis Data.....	69
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	78
A. Gambaran Umum Penelitian	78
B. Karakteristik Responden	80
C. Deskripsi Jawaban Responden.....	83
D. Analisis Data	87
E. Pembahasan.....	98
BAB V PENUTUP	105
A. Kesimpulan	105
B. Keterbatas Penelitian.....	105
C. Implikasi Teoritis dan Praktis	106
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN.....	I



PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin disini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada halaman berikut:

Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Śa	Ś	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	Ĥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	Ż	Zet (dengan titik diatas
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Şad	Ş	Es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	Ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	Komaterbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef

ق	Qof	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	—'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal tunggal

Vokal Tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
أَ	Fathah	A	A
إِ	Kasrah	I	I
أُ	Dammah	U	U

2. Vokal rangkap

Vokal Rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَيُّ	Fathah dan ya	Ai	A dan I
أَوْ	Fathah dan wau	Au	A dan U

Contoh:

كَتَبَ - kataba
فَعَلَ - fa'ala
ذَكَرَ - zukira

يَذْهَبُ - yaẓhabu
 سُئِلَ - su'ila
 كَيْفَ - kaifa
 هَوَّلَ - haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
اَ... اُ...	<i>Faṭḥah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā	a dan garis diatas
ِ ي	Kasrah dan <i>ya</i>	Ū	u dan garis atas
وُ	<i>Ḍammah</i> dan <i>wau</i>	Ī	i dan garis atas

Contoh

قَالَ - qāla
 رَمَى - ramā
 قِيلَ - qīla

D. Ta' marbūṭah

Transliterasi untuk *ta marbūṭah* ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah Hidup

Ta'marbutah yang hidup atau mendapat harkat *faṭḥah*, *kasrah*, dan *ḍammah*, transliterasinya adalah "t".

2. Ta'marbutah Sedangkan

Ta'marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan ha (h). Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ - rauḍah al-aṭfāl
 - rauḍatul-aṭfāl

المَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ - al-Madīnah al-Munawwarah

-al-Madīnatul-Munawwarah

طَالِحَةٌ - talḥah

E. *Syaddah*

Syaddah atau *Tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *Tasydīd* (ّ) dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Contoh:

رَبَّنَا -rabbanā

نَزَلَ -nazzala

الْبِرِّ -al-birr

الْحَجِّ -al-ḥajj

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال namun dalam pedoman transliterasi ini, kata itu di bedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

1. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah
2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah
3. Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang

Contoh:

الرَّجُلُ - ar-rajulu

السَّيِّدُ - as-sayyidu

الشَّمْسُ - as-syamsu

الْقَلَمُ - al-qalamu

الْبَدِيعُ - al-badī'u

الْجَلَالُ - al-jalālu

G. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif. Contoh:

تَأْخُذُونَ	- ta'khuẓūna
النَّوْءُ	- an-nau'
شَيْئٌ	- syai'un
إِنَّ	- inna
أَمْرٌ	- umirtu
أَكَلَ	- akala

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya. Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ	- Wainnallāhalahuwakhairar-rāziqīn
	- Wainnallāhalahuwakhairrāziqīn
إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلِ	- Ibrāhīm al-Khalīl
	- Ibrāhīm al-Khalīl
بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا	- Bismillāhimajrehāwamursahā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ	- Wa mā Muhammadun illā rasl
وَلَقَدْ رَآهُ بِالأُفُقِ الْمُبِينِ	- Walaqadra'āhubil-ufuq al-mubīn

- Walaqadra'āhubil-ufuqil-mubīn
- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ - Alhamdulillahirabbil al-'ālamīn
- Alhamdulillahirabbilil 'ālamīn

Penggunaan huruf awal capital hanya untuk Allah bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau tulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak digunakan. Contoh:

- | | |
|-------------------------------------|-------------------------------|
| نَصْرٌ مِنَ اللَّهِ وَقَتُّ قَرِيبٌ | -Naṣrunminallāhiwafathunqarīb |
| لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعاً | -Lillāhi al-amrujamī'an |
| | -Lillāhil-amrujamī'an |
| وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ | -Wallāhabikullisyai'in 'alīm |

J. Tajwid

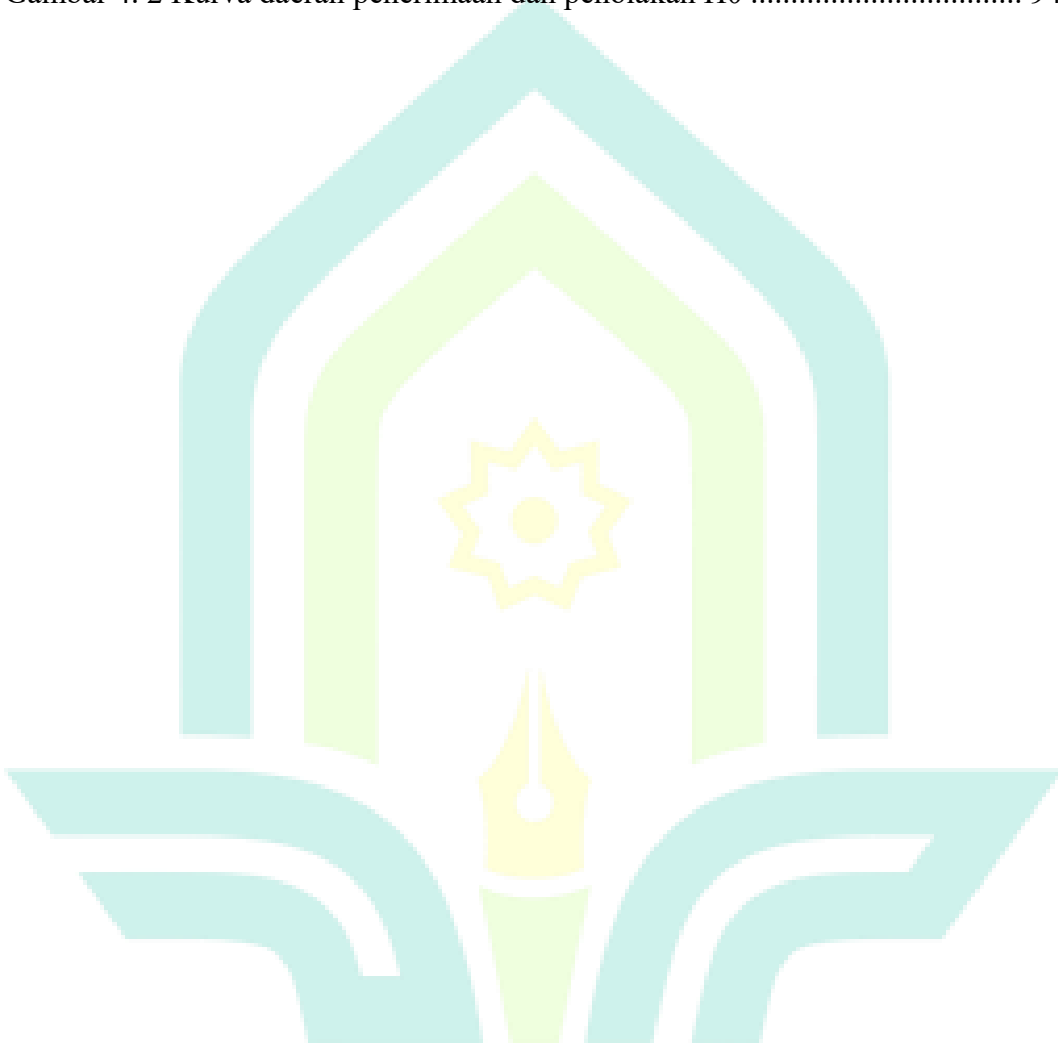
Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman Tajwid.

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Telaah Pustaka	30
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	63
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran.....	69
Tabel 3. 3 Kategori Variabel Moderasi.....	77
Tabel 4. 1 Data Responden Berdasarkan Jenis Umur.....	80
Tabel 4. 2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	81
Tabel 4. 3 Jawaban Responden Berdasarkan Kecamatan	81
Tabel 4. 4 Jawaban Responden berdasarkan penggunaan paylater.....	82
Tabel 4. 5 Hasil Kuesioner Variabel Financial Literacy.....	83
Tabel 4. 6 Hasil Kuesioner Variabel Financial Self-Efficacy.....	84
Tabel 4. 7 Tabel Kuesioner Variabel Risky Credit Behavior	85
Tabel 4. 8 Hasil Kuesioner Variabel Impulse Buying Tendency.....	86
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Uji Validitas Variabel Penelitian.....	87
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas.....	88
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas	89
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinieritas	90
Tabel 4. 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	91
Tabel 4. 14 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	91
Tabel 4. 15 Hasil Uji t (Parsial)	93
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	95
Tabel 4. 17 Hasil Uji Moderated Regression Analysis.....	96
Tabel 4. 18 Hasil Uji t (Parsial)	98
Tabel 4. 19 Hasil Uji t (Parsial)	100
Tabel 4. 20 Hasil Uji Moderated Regression Analysis	101
Tabel 4. 21 Hasil Uji Moderated Regression Analysis	103

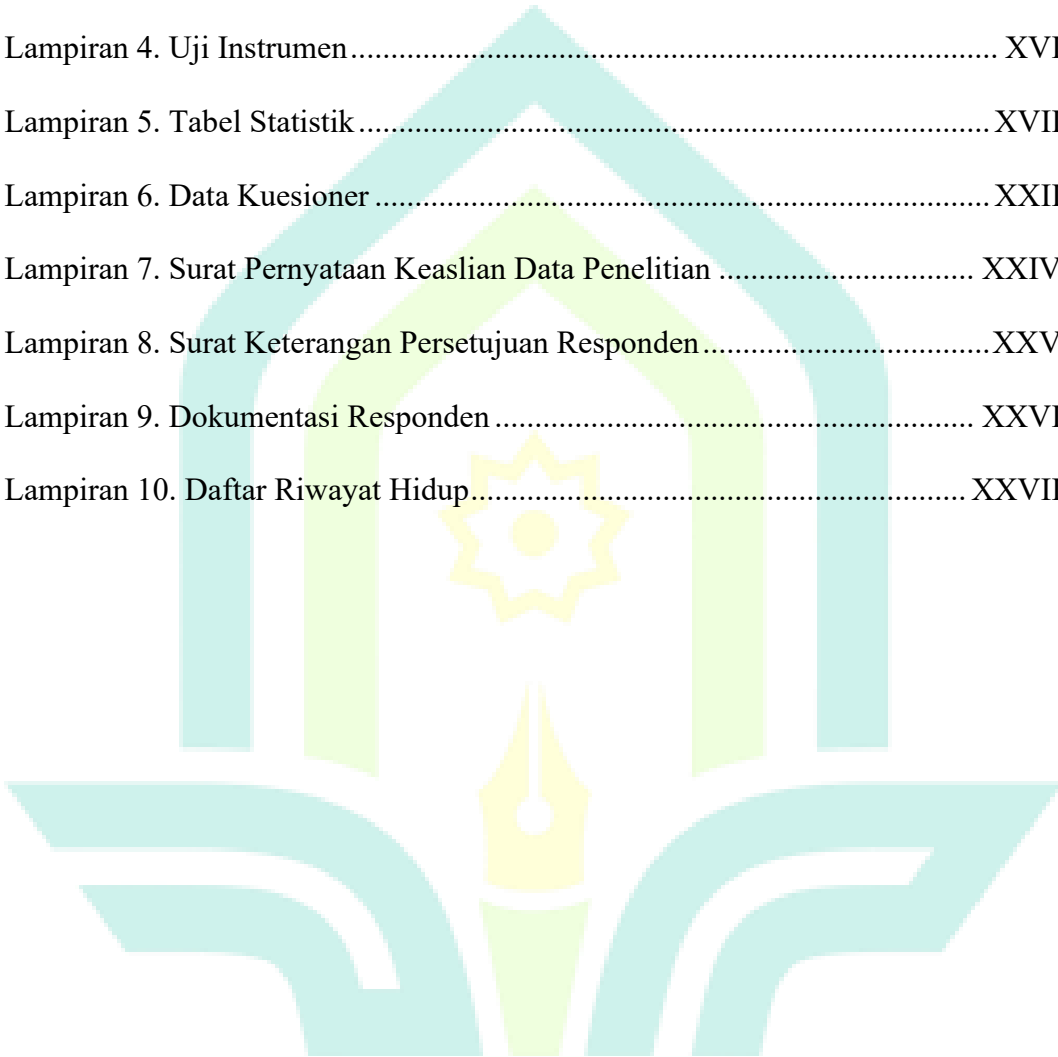
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Paylater Tahun 2023	4
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	52
Gambar 3. 1 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0	75
Gambar 4. 1 Kurva daerah penerimaan dan penolakan H_0	93
Gambar 4. 2 Kurva daerah penerimaan dan penolakan H_0	94



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	I
Lampiran 2. Tabulasi Data.....	V
Lampiran 3. Hasil Output SPSS.....	IX
Lampiran 4. Uji Instrumen.....	XVI
Lampiran 5. Tabel Statistik.....	XVII
Lampiran 6. Data Kuesioner	XXII
Lampiran 7. Surat Pernyataan Keaslian Data Penelitian	XXIV
Lampiran 8. Surat Keterangan Persetujuan Responden.....	XXV
Lampiran 9. Dokumentasi Responden	XXVI
Lampiran 10. Daftar Riwayat Hidup.....	XXVII



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Generasi Z merupakan kelompok individu yang lahir pada rentang tahun 1997 sampai tahun 2012 dan saat ini dikenal sebagai generasi yang tumbuh dalam era digital yang serba cepat. Gen Z merupakan generasi yang akrab dengan segala kemudahan teknologi terutama teknologi digital dan sosial media sehingga generasi ini disebut sebagai generasi digital. Meskipun memiliki keunggulan dalam teknologi digital, Gen Z memiliki tantang yang amat besar terutama dalam menghadapi tantangan dari aspek sosial dan ekonomi yang kompleks (Anggara et al., 2024). Selain itu Gen Z juga cenderung memiliki beberapa kelemahan seperti menyukai sesuatu yang instan dan cepat, mudah bosan dan cenderung plin-plan, serta bertindak tanpa memilkirkan dampak jangka panjang dari tindakannya. Selain itu Gen Z juga memiliki kecenderungan berperilaku konsumtif, mereka membeli barang secara terus-menerus hanya untuk memenuhi gaya hidupnya bukan berdasarkan apa yang mereka butuhkan (Arum & Zahrani, 2023).

Perilaku konsumtif Gen Z yaitu gaya hidup, gaya hidup ini dilihat dari sosial media. Selain itu semakin majunya teknologi dibidang keuangan membuat Generasi Z memiliki budaya hutang yang cukup pesat akibat gaya hidup tersebut. Hal tersebut dibuktikan dari data OJK yang menyatakan bahwa pinjaman online di Indonesia mencapai 20,53 triliun rupiah dengan

mayoritas peminjam berasal dari wilayah Pulau Jawa sebesar 78,3% yaitu sebanyak 10,47 juta peminjam dan didominasi oleh generasi muda dengan rentang usia 19-34 tahun yang merupakan rentang usia dari Gen Z dan Gen Millenial (Rarasari & Suratnoaji, 2024).

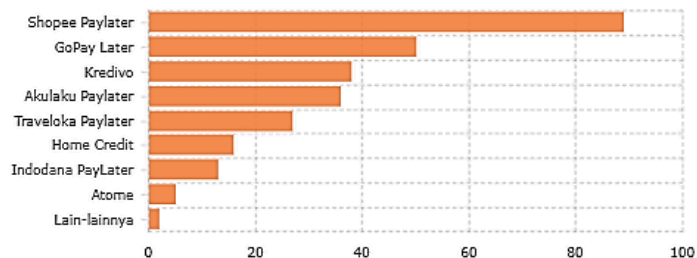
Mayoritas pengguna layanan pinjaman online di Indonesia berasal dari generasi muda, khususnya Gen Z dan Gen Millenial yang berusia 19 hingga 34 tahun. Generasi Z di Kabupaten Batang juga menunjukkan pola perilaku konsumtif yang semakin meningkat, dipengaruhi oleh perkembangan teknologi dan kemudahan akses terhadap informasi serta produk digital. Kemajuan e-commerce dan maraknya penggunaan media sosial menjadi faktor utama yang mendorong kecenderungan belanja impulsif di kalangan mereka (Somsom et al., 2024). Adanya berbagai metode pembayaran digital, termasuk layanan *paylater*, semakin memperkuat kebiasaan konsumtif karena memberikan kemudahan transaksi tanpa perlu langsung mengeluarkan uang tunai. Gaya hidup yang cenderung mengikuti tren juga berkontribusi terhadap pola konsumsi mereka.

Kemudahan akses terhadap layanan pembayaran digital mendorong perubahan perilaku konsumsi di kalangan generasi muda. Generasi Z menunjukkan kesadaran *financial* yang lebih baik dibanding generasi sebelumnya, namun mereka masih kesulitan dalam menghadapi tantangan dalam mengelola keuangan secara bijak, terutama dalam membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Oleh karena itu, diperlukan edukasi keuangan yang lebih intensif agar generasi Z di Kabupaten Batang dapat

mengembangkan kebiasaan konsumsi yang lebih bijaksana dan berorientasi pada keberlanjutan finansial di masa depan. Layanan digital dapat memberikan fleksibilitas dalam bertransaksi, tetapi penggunaan layanan tersebut dapat mendorong perilaku konsumtif dan pengambilan keputusan kredit yang kurang bijak. Gen Z, yang dikenal memiliki kecenderungan untuk mengikuti tren dan memprioritaskan pengalaman gaya hidup, sering kali menggunakan layanan Paylater tanpa mempertimbangkan konsekuensi finansial jangka panjang (Wijaya, 2024).

Gen Z memanfaatkan layanan Paylater untuk memprioritaskan pengalaman gaya hidup dan dianggap sebagai pembayaran yang praktis dan menguntungkan tanpa mempertimbangkan dampak terhadap kondisi keuangan jangka panjang. Alasan utama Gen Z dalam menggunakan Paylater yaitu karena dengan adanya tawaran bunga 0% atau biaya rendah (47,8%), promosi dan diskon (26,1%), fleksibilitas pembayaran (17,4%), dan alasan lain (8,7%) (Chaniago & Suwaidi, 2024). Fenomena ini menggambarkan preferensi Gen Z memilih metode pembayaran yang mudah diakses dan memberikan keuntungan langsung. Namun, akibat fenomena penggunaan Paylater ini menimbulkan kecenderungan gen z untuk membeli barang yang lebih mahal karena kenaikan limit yang diberikan dari layanan Paylater, konsekuensinya Gen Z menyumbang sekitar Rp 460 miliar dari total kredit macet sebesar Rp 2,12 triliun per Desember 2023. Situasi ini menunjukkan adanya risiko finansial yang serius bagi pengguna muda layanan Paylater (Chaniago & Suwaidi, 2024).

Merek Layanan Paylater yang Diketahui Responden (September 2023)



Sumber: *databoks.katadata.co.id*

Gambar 1. 1 Pengguna Paylater Tahun 2023

Dari data tersebut bahwa paylater dari shopee memang lebih banyak diketahui dari pada paylater lain. Fenomena saat ini yang identik dengan teknologi dan internet yang serba cepat dan mudah membuat Paylater shopee banyak digemari. Paylater banyak digemari masyarakat terutama pada kelompok usia muda khususnya pada Gen Z yang mendominasi penggunaan layanan Paylater di Indonesia karena mereka mengutamakan kemudahan dan fleksibilitas dalam bertransaksi. Kebiasaan belanja online yang tinggi menjadi pendorong utama meningkatnya penggunaan Paylater dalam kelompok usia Gen Z ini (Databoks, 2023).

Gen X dibandingkan dengan Generasi yang lebih muda dalam penggunaan layanan Paylater jumlahnya lebih kecil. Hal ini mencerminkan bahwa anak muda kini semakin terbiasa menggunakan skema pembayaran tunda untuk memenuhi berbagai kebutuhan. Kemudahan akses, proses pendaftaran yang cepat, serta minimnya persyaratan dibandingkan kartu kredit membuat Paylater menjadi pilihan utama bagi mereka yang ingin fleksibilitas dalam bertransaksi. Namun, tren ini juga menandakan bahwa

banyak anak muda telah mulai berani mengambil risiko kredit sejak dini, yang dapat berdampak pada kebiasaan keuangan mereka di masa depan (Apriliani, 2024).

Penggunaan layanan Paylater yang semakin meluas pada Gen Z mendorong mereka berani mengambil risiko kredit sejak usia dini tanpa mempertimbangkan konsekuensi. Meskipun penggunaan Paylater memberikan kemudahan dalam transaksi, meningkatnya jumlah pengguna muda juga menimbulkan tantangan baru, terutama dalam hal literasi keuangan dan manajemen utang. Banyak anak muda yang menggunakan Paylater tanpa perencanaan matang, sehingga berisiko terjebak dalam pola konsumsi impulsif dan akumulasi utang yang sulit dikendalikan. Kurangnya pemahaman tentang suku bunga, denda keterlambatan, serta dampak jangka panjang terhadap skor kredit dapat berujung pada masalah keuangan di masa depan (Solikha Puji Astuti et al., 2022). Oleh karena itu, edukasi mengenai pengelolaan keuangan yang sehat menjadi sangat penting, agar generasi muda dapat memanfaatkan Paylater secara bijak tanpa mengorbankan stabilitas finansial mereka.

Edukasi pengelolaan keuangan yang tepat berperan penting dalam membentuk kemampuan Generasi muda untuk menggunakan Paylater secara bijak. Beberapa penelitian sebelumnya telah membuktikan hubungan antara pengelolaan keuangan dengan penggunaan layanan Paylater yaitu berdasarkan penelitian Liu & Zhang, (2021) menyatakan bahwa *Financial Literacy* memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap *Risky Credit*

Behavior. Hasil penelitian Mukharomah et al., (2023) yang menunjukkan bahwa *Financial Literacy* berpengaruh positif terhadap perilaku risiko kredit mahasiswa. Temuan ini didukung oleh penelitian Mukmin et al., (2021) yang menyatakan bahwa tingginya *Financial Literacy* berpengaruh terhadap seseorang untuk menggunakan layanan pinjaman online. Semakin tinggi *Financial Literacy* mahasiswa, semakin tinggi risiko kredit yang diterima. Dan pada penelitian Ernawati et al., (2024) menyatakan Secara parsial *Financial Literacy* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *Risky Credit Behavior*. Dari perbedaan hasil penelitian tersebut maka peningkatan *Financial Literacy* saja tidak cukup untuk mengurangi *Risky Credit Behavior*, hal tersebut bisa saja muncul karena adanya faktor psikologis lain seperti *Financial Self-Efficacy* juga berperan dalam keputusan kredit.

Berdasarkan hasil analisa Surya & Evelyn, (2023) mengenai pengaruh variabel *Financial Self-Efficacy* pada *Risky Credit Behaviour*, dan menyatakan bahwa *Financial Self-Efficacy* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Risky Credit Behaviour*. Berbeda dengan penelitian Rachmadany et al., (2023) yang menyatakan bahwa *Financial Self-Efficacy* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Risky Credit Behavior*. Pada penelitian Wijaya, (2024) menyatakan bahwa *Financial Self-Efficacy* tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku pengelolaan keuangan. Dari perbedaan hasil penelitian tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan

penelitian *Financial Self-Efficacy* terhadap *Risky Credit Behavior* untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara keduanya.

Financial Self-efficacy membentuk perilaku keuangan seseorang, seperti membuat perencanaan anggaran, memahami konsekuensi utang, dan memilih opsi pembayaran yang paling menguntungkan. Dan jika hubungan negatif yang signifikan antara *Financial Self-efficacy* dan *Risky Credit Behavior* maka perlu juga dilakukan penelitian mengenai *Impulse Buying Tendency* yang mungkin juga menjadi pengaruh pada *Risky Credit Behavior*. *Impulse Buying Tendency* bisa menjadi faktor yang memperkuat atau memperlemah hubungan antara *Financial Literacy*, *Financial self-efficacy* dan *Risky Credit Behavior*. Seseorang yang sudah memiliki kebiasaan belanja secara impulsif maka lebih cenderung tidak memperkirakan risiko kedepannya.

Meningkatnya penggunaan layanan kredit digital di kalangan masyarakat khususnya Generasi Z, mendorong meningkatnya popularitas sistem layanan Paylater yang dipengaruhi oleh berbagai faktor terutama pada pengelolaan keuangan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana *Financial Literacy* dan *Financial Self-efficacy* memengaruhi *Risky Credit Behavior*. Selain itu, penelitian ini juga memasukkan faktor *Impulse Buying Tendency* sebagai variabel moderating untuk melihat apakah tekanan keuangan memperkuat atau memperlemah hubungan antara *Financial Literacy*, *Financial Self-efficacy* dan *Risky Credit Behavior*.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada fokusnya dalam mengkaji peran ***Impulse Buying Tendency*** sebagai **variabel moderating**, yang belum banyak dibahas dalam penelitian terdahulu. Sebagian besar penelitian sebelumnya hanya melihat pengaruh langsung *Financial Literacy* dan *Financial Self-efficacy* terhadap *Risky Credit Behavior*, tanpa mempertimbangkan bagaimana *Impulse Buying Tendency* dapat memengaruhi hubungan tersebut. Dengan menambahkan variabel *Impulse Buying Tendency*, penelitian ini memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai bagaimana faktor psikologis dan emosional turut berperan dalam keputusan finansial seseorang, terutama dalam penggunaan layanan kredit digital seperti Paylater.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai kebiasaan keuangan anak muda, khususnya dalam memanfaatkan layanan Paylater. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi berbagai pihak, seperti pemerintah, institusi pendidikan, dan penyedia layanan keuangan, dalam merancang program edukasi keuangan yang lebih efektif. Dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya literasi keuangan dan kemampuan mengelola keuangan, diharapkan Generasi Z dapat menggunakan layanan kredit dengan lebih bijak, sehingga terhindar dari utang berlebihan yang berisiko mengganggu stabilitas finansial mereka di masa depan.

Berdasarkan asumsi diatas peneliti berusaha mengkaji mengenai **Pengaruh *Financial Literacy* Dan *Financial Self-Efficacy* Terhadap**

Risky Credit Behavior Dalam Penggunaan Paylater Dengan Impulse Buying Tendency Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Gen Z Kabupaten Batang). Peneliti memilih objek penelitian Gen Z, karena individu Gen Z memiliki tantangan tersendiri dalam pengelolaan keuangan mereka. Seperti rendahnya *Financial Literacy*, sebagaimana dilaporkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bahwa tingkat *Financial Literacy* Gen Z pada tahun 2024 hanya mencapai 70,19%, terendah dibandingkan kelompok usia lainnya (Oktavianus et al., 2025). Selain itu, Generasi Z menyumbang Rp28,8 triliun dalam pinjaman online yang belum dilunasi pada tahun 2024, yang menunjukkan kecenderungan berutang dan kurangnya keterampilan pengelolaan uang serta memiliki tingkat *Risky Credit Behaviour* yang tinggi (Oktavianus et al., 2025). Hasil riset OCBC NISP *Financial Fitness Index* menunjukkan bahwa generasi muda Indonesia menjadi salah satu yang memiliki Literasi Keuangan dan *Financial Self-Efficacy* yang rendah. Rata-rata kesehatan finansial generasi muda Indonesia hanya mencapai 37,72% dari 100% (Ernawati et al., 2024). Padahal Gen Z merupakan kelompok masyarakat yang memiliki jumlah paling tinggi di Indonesia saat ini. Kondisi ini menunjukkan bahwa Gen Z memiliki pengaruh yang besar kepada kondisi perekonomian Indonesia, terutama ketika sudah memasuki dunia kerja dan melakukan pengelolaan keuangan individu secara mandiri (Rismarina & Maulana, 2024).

Jumlah Gen Z yang paling tinggi di Indonesia menjadikan mereka sebagai kelompok yang berperan penting dalam membentuk arah perekonomian di masa depan. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa Gen Z tergolong melek teknologi dan memiliki akses informasi keuangan yang luas, tetapi tingkat *Financial Self-Efficacy* mereka masih tergolong sedang hingga rendah. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pengalaman finansial praktis, tingginya tekanan sosial konsumtif, serta kurangnya edukasi keuangan formal (Setiawan et al., 2020). Menurut penelitian Pancasari et al., (2024) Gen Z yang memiliki *Financial Self-efficacy* tinggi cenderung lebih baik dalam merencanakan dan mengelola keuangan mereka.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut penulis menarik beberapa rumusan masalah yang sesuai dengan problematika yang diuraikan, rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *Financial Literacy* berpengaruh terhadap *Risky Credit Behavior*?
2. Apakah *Financial Self-Efficacy* berpengaruh terhadap *Risky Credit Behavior*?
3. Apakah *Impulse Buying Tendency* dapat memoderasi pengaruh *Financial Literacy* terhadap *Risky Credit Behavior*?
4. Apakah *Impulse Buying Tendency* dapat memoderasi pengaruh *Financial Self-Efficacy* terhadap *Risky Credit Behavior*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas dapat dijabarkan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh *Financial Literacy* terhadap *Risky Credit Behavior*.
2. Untuk menganalisis pengaruh *Financial Self-Efficacy* terhadap *Risky Credit Behavior*.
3. Untuk menganalisis apakah *Impulse Buying Tendency* dapat memoderasi pengaruh *Financial Literacy* terhadap *Risky Credit Behavior*.
4. Untuk menganalisis apakah *Impulse Buying Tendency* dapat memoderasi pengaruh *Financial Self-Efficacy* terhadap *Risky Credit Behavior*

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang pengaruh *Financial Literacy*, *Financial Self-Efficacy*, terhadap *Risky Credit Behavior* dalam penggunaan Shopee Paylater dan *Impulse Buying Tendency* sebagai variabel moderating. serta dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya dengan topik pembahasan yang sama. penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana individu mengelola keuangan mereka dalam menghadapi layanan kredit digital yang semakin berkembang.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini bisa digunakan oleh perusahaan untuk mengembangkan fitur Paylater yang lebih bertanggung jawab. Misalnya, dengan menyediakan edukasi tentang literasi keuangan kepada pengguna atau menawarkan kontrol pengeluaran yang lebih baik. Ini dapat membantu perusahaan mengurangi risiko *default* (gagal bayar) dan meningkatkan keberlanjutan layanan.

b. Bagi masyarakat

Hasil penelitian ini dapat membantu meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya *Financial Literacy* dan *Financial Self-Efficacy* dalam mengelola keuangan pribadi. Dengan pengetahuan yang lebih baik tentang risiko kredit dan dampak dari keputusan keuangan yang tidak terinformasi, masyarakat bisa lebih bijak dalam menggunakan layanan kredit digital seperti Paylater.

c. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat menjadi acuan dalam mengembangkan kurikulum literasi keuangan yang lebih relevan dengan tantangan keuangan digital saat ini. Dengan memahami bagaimana *Financial Literacy*, *Financial Self-Efficacy*, dan *Impulse Buying Tendency* berperan dalam pengambilan keputusan kredit, institusi pendidikan dapat menyusun program pembelajaran yang lebih aplikatif, sehingga

mahasiswa dan generasi muda lebih siap dalam menghadapi tantangan finansial di era digital.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika dalam pembahasan penelitian ini dijabarkan untuk memperjelas terkait dengan bagaimana peneliti akan menyusun laporan penelitian dari awal hingga akhir dan apa saja yang dibahas pada bab-bab dalam laporan penelitian ini. Berikut, sistematika penelitian:

BAB I : Pada bab ini peneliti menjelaskan fenomena serta urgensi melalui latar belakang kemudian merumuskan rumusan masalah serta tujuan dan manfaat penelitian ini.

BAB II : Pada bab peneliti menjelaskan mengenai teori-teori yang digunakan untuk menjadi pondasi yang mendasari penelitian. Kemudian peneliti menjabarkan tinjauan pustaka atau penelitian terdahulu yang memperkuat atau menjadi acuan dalam menentukan gap riset serta posisi penelitian, lalu peneliti juga menjabarkan kerangka teori yang digunakan sebagai alur penelitian.

BAB III : Pada bab ini peneliti menjabarkan mengenai metodologi yang digunakan dimana didalamnya dibahas secara rinci mengenai metode penelitian apa yang digunakan, sumber data apa yang dijadikan sebagai bahan penelitian, jenis penelitian yang digunakan, populasi dan sampel yang ditentukan oleh peneliti, teknik bagaimana data dikumpulkan, serta penjelasan mengenai

variabel yang digunakan dalam penelitian, serta bagaimana peneliti melakukan teknik analisis data.

BAB IV : Pada bab ini peneliti menjabarkan mengenai hasil dari penelitian yang dilakukan melalui data-data yang diperoleh kemudian dianalisis sesuai dengan metode penelitian yang digunakan serta membandingkan hasil penelitian dengan penelitian terdahulu sehingga dapat diketahui fakta-fakta yang didapat dan implikasinya untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini.

BAB V : Pada bab ini peneliti menarik kesimpulan dari hasil dan pembahasan sehingga mendapatkan fakta yang lebih ringkas mengenai hasil penelitian yang dilakukan serta menentukan keterbatasan penelitian untuk kemudian dapat disempurnakan pada penelitian selanjutnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berikut simpulan yang didapat berdasarkan analisis data dan hasil pengujian:

1. *Financial Literacy* negatif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap *Risky Credit Behavior* dalam penggunaan Paylater pada Gen Z Kabupaten Batang.
2. *Financial Self-Efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Risky Credit Behavior* dalam penggunaan Paylater pada Gen Z Kabupaten Batang.
3. *Impulse Buying Tendency* tidak dapat memoderasi hubungan *Financial Literacy* terhadap *Risky Credit Behavior* dalam penggunaan Paylater pada Gen Z Kabupaten Batang.
4. *Impulse Buying Tendency* memoderasi hubungan *Financial Self-Efficacy* terhadap *Risky Credit Behavior* dalam penggunaan Paylater pada Gen Z Kabupaten Batang.

B. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini yaitu:

1. Variabel penelitian hanya memiliki 2 variabel independen, sehingga belum mencakup untuk mengetahui seluruh variabel yang dapat mempengaruhi *Risky Credit Behavior* dalam penggunaan Paylater.

2. Terdapat satu variabel yang tidak berpengaruh dan tidak memoderasi dalam penelitian.
3. Hanya fokus pada *Theory of Planned Behavior* dari banyaknya teori manajemen.

C. Implikasi Teoritis dan Praktis

Implikasi teoritis dan praktis dalam penelitian ini yaitu:

1. Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini memperkaya literatur tentang perilaku keuangan generasi muda dengan menunjukkan bahwa *financial self-efficacy* memiliki pengaruh signifikan terhadap *risky credit behavior*, sedangkan *financial literacy* tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Temuan ini mendukung teori bahwa keyakinan individu dalam mengelola keuangan (aspek psikologis) dapat lebih dominan dibandingkan pengetahuan finansial (aspek kognitif) dalam memengaruhi perilaku keuangan. Selain itu, peran *impulse buying tendency* sebagai variabel moderator memperkuat pemahaman bahwa faktor psikologis dan emosional turut membentuk hubungan antara kepercayaan diri finansial dan perilaku kredit yang berisiko, khususnya dalam konteks penggunaan paylater.

2. Implikasi Praktis

Penelitian ini memberikan masukan penting bagi pembuat kebijakan, pendidik keuangan, dan penyedia layanan paylater yaitu PT

Commerce Finance. Edukasi keuangan yang selama ini berfokus pada peningkatan literasi perlu diperluas dengan menysasar aspek kepercayaan diri finansial dan pengendalian perilaku impulsif. Program pelatihan atau kampanye literasi keuangan sebaiknya dirancang tidak hanya untuk meningkatkan pengetahuan, tetapi juga untuk mengasah kemampuan pengambilan keputusan yang rasional dan terkontrol.



DAFTAR PUSTAKA

- Aiman, U., & Abdullah, K. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Yayasan Penerbit Muhammad Zaini*.
- Ajzen, Icek. (1991). The Theory Of Planned Behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50(2), 179–210.
[https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alam, R. A. (2022). Pengaruh Financial Literacy Dan Financial Self Efficacy Terhadap Perilaku Keuangan Dimediasi Oleh Sikap Keuangan Pada Ukm Kota Makassar. *Tesis, Magister S(Makassar)*, H.26.
http://digilib.unhas.ac.id/uploaded_files/temporary/digitalcollection/ztblzjcxzweyywmzmjnmngfmnjzhmjyxti3nzc3yjkwogzkzmzknw==.pdf
- Angelista, F. D., Anggraini, L. D., & Putri, A. U. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan , Gaya Hidup Dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Pengguna Shopee Paylater. *Journal Of Trends Economic And Accounting Research*, 4(3), 696–705.
<https://doi.org/10.47065/jtear.v4i3.1197>
- Anggara, B., Masfufah, A. F., Sari, I. P., & Rahayu, L. (2024). Menangani Tantangan Sosial Dan Ekonomi Di Era Gen Z. *Harmoni Pendidikan*, 1(4), 279–287. <https://doi.org/10.62383/hardik.v1i4.829>
- Anggraeni, V. F., Zen, F., & Istanti, L. N. (2024). *Impulse Buying Tendency Moderates Financial Knowledge And Self Control In Nomadic Students Using Shopee Paylater* (Issue Bistic). Atlantis Press International Bv.

<https://doi.org/10.2991/978-94-6463-576-8>

Apriliani, R. (2024). Literasi Keuangan Berbasis Teknologi Digital. In *Repository-Penerbitlitnus.Co.Id*. <https://repository-penerbitlitnus.co.id/id/eprint/212/>

Aqmarina, F., & Awali, H. (2023). Pengaruh Experiential Marketing Dan Emotional Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Platform E-Commerce Tokopedia. *Journal Of Islamic Economics (Joie)*, 3(2), 93–106. <https://doi.org/10.21154/joie.V3i2.7049>

Arifianti, R., & Gunawan, W. (2020). Perilaku Impulse Buying Dan Interaksi Sosial Dalam Pembelian Di Masa Pandemi. *Sosioglobal : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Sosiologi*, 5(1), 43. <https://doi.org/10.24198/jsg.V5i1.30759>

Arum, S., & Zahrani, A. (2023). Karakteristik Generasi Z Dan Kesiapannya Dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030. *Accounting Student Research Journal*, 2(1), 59–72. [10.62108/asrj.V2i1.5812](https://doi.org/10.62108/asrj.V2i1.5812)

Asja, H. J., Susanti, S., & Fauzi, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Dan Pendapatan Terhadap Minat Menggunakan Paylater: Studi Kasus Masyarakat Di Dki Jakarta. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 2(4), 309–325. <https://doi.org/10.35912/jakman.V2i4.495>

Astini, K. P. A., & Pasek, G. W. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha*, 13(03), 991–1002. <https://doi.org/10.23887/jimat.V13i03.49445>

- Bele, L., Amaral, B., Iramani, R., & Pertiwi, T. D. (2024). Studi Financial Literacy, Financial Self-Efficacy, Financial Behavior Dosen Universidade Da Paz Timor Leste. *Journal Of Business And Banking*, 14(1), 113–132. <https://doi.org/10.14414/jbb.v14i1.5024>
- Bhakti, I. G. K. K. W., Gunadi, I. G. N. B., & Suarjana, I. W. (2023). Financial Literacy, Financial Self Efficacy. *Values*, 4(1), 131–138. <https://ejournal.unmas.ac.id/index.php/value/article/view/6200>
- Bps, K. B. (2025). *Kabupaten Batang Dalam Angka 2025*.
- Chaniago, H. Z., & Suwaidi, R. A. (2024). Analisis Perilaku Pengelolaan Keuangan Generasi Z Pengguna Shopee Paylater. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 7(1), 19–28. <http://dx.doi.org/10.32493/jee.v7i1.43297>
- Databoks. (2023). *Jumlah Pengguna Paylater Di Indonesia Menurut Kelompok Usia*. <https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/66b5d6e18dff3/milenial-dan-gen-z-mendominasi-pengguna-paylater-di-indonesia>
- Dinkominfo, K. B. (2025). *Profil Kabupaten Batang*. Batang.Go.Id.
- Ernawati, Yusnita, R. T., & Wibawa, G. R. (2024). Pengaruh Financial Literacy Dan Financial Self-Efficacy Terhadap Risky Credit Behavior Dalam Penggunaan Paylater. *Lokawati: Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 2(6), 26–40. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v2i6.1264>
- Ersan, A. (2023). *Pengaruh Financial Literacy, Self-Control, Dan Income,*

Terhadap Saving Behavior Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Skripsi(Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung), 2023.

Firman, Ramlawati, Suriyanti, & Sahabuddin. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Financial Self-Efficacy Terhadap Risky Credit Behavior Seiko : Journal Of Management & Business Pengaruh Literasi Keuangan Dan Financial Self-Efficacy Terhadap Risky Credit Behaviour Dalam Penggunaan Paylater. *Seiko : Journal Of Management & Business*, 6(2), 326–348.

Hidayati, L. (2023). Pengaruh Promosi, Gaya Hidup Dan Penilaian Produk Terhadap Perilaku Impulse Buying Di Tiktokshop (Studi Pada Mahasiswa S1 Uin Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto). *Uin Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*. [Http://Dx.Doi.Org/10.1016/J.Gde.2016.09.008%0a](http://dx.doi.org/10.1016/J.Gde.2016.09.008%0a)

Indrawan Wijaya, H., & Immanuel, D. M. (2023). Pengaruh Reliability, Performance, Features, Conformance, Durability Terhadap Purchase Decision. *Performa*, 8(6), 612–631. [Https://Doi.Org/10.37715/Jp.V8i6.4305](https://doi.org/10.37715/Jp.V8i6.4305)

Jafar, S. Y., Sarita, B., Daman, U. O., & Ningtiyas, A. P. (2025). Hubungan Literasi Keuangan Dengan Perilaku Kredit Berisiko: Peran Financial Self-Efficacy Sebagai Mediator Dan Lifestyle Sebagai Moderator. *Homanis : Halu Oleo Manajemen Dan Bisnis*, 17(1), 90–107. [Https://Homanis.Uho.Ac.Id/Index.Php/Journal%0ahubungan](https://homanis.uho.ac.id/index.php/journal%0ahubungan)

Kartini, T., & Mashudi, U. (2022). Literasi Keuangan (Financial Literacy) Mahasiswa Indekos Calon Pendidik Ekonomi Fkip Universitas Jember.

Promosi (Jurnal Pendidikan Ekonomi), 10(2), 154–164.

<https://doi.org/10.24127/Pro.V10i2.6648>

Kurniasari, B., & Abubakar, F. (2023). The Effects Of Financial Literacy, Self-Efficacy, And Financial Stress On Risky Credit Behavior Of Generation Z: Evidence From Pay Later Users. *Journal Of Entrepreneurship, Business And Econom-Ics*, 11(1), 180–210.

Kusumaningsih, L. (2023). *Perilaku Konsumen Pada Generasi Z Dalam Berbelanja Online Di Desa Jambon Kabupaten Ponorogo Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam Skripsi Oleh: Luluk Kusumaningsih Nim 401190107. Skripsi(Ekonomi Dan Bisnis Islam), Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.*

Lestari, N. L., & Imronudin. (2024). The Effect Of Financial Literacy, Self-Efficacy On Risk Credit Behavior Among Students Of The University Of Muhammadiyah Surakarta. *Dynamic Management Journal*, 8(4), 942–956.

Liu, L., & Zhang, H. (2021). Financial Literacy, Self-Efficacy And Risky Credit Behavior Among College Students: Evidence From Online Consumer Credit. *Journal Of Behavioral And Experimental Finance*, 32, 100569. <https://doi.org/10.1016/J.Jbef.2021.100569>

Lusardi, A. (2020). Financial Literacy And The Need For Financial Education: Evidence And Implications. *Swiss Journal Of Economic And Statistic*, 155(1). <https://doi.org/10.1186/S41937-019-0027-5>

Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (A. Q. Habib (Ed.)). Fakultas

Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan Universitas Islam Negeri (Uin) Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Maullah, S., & Rofiuddin, M. (2021). Mengukur Minat Berwirausaha Dengan Menggunakan Pendekatan Theory Of Planned Behavior Dan Religiusitas. *Journal Of Management And Digital Business*, 1(2), 105–121. <https://doi.org/10.53088/Jmdb.V1i2.49>

Mayasari, S., & Safina, Wan Dian. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Ayam Goreng Kalasan Cabang Iskandar Muda Medan. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 215–224. <https://doi.org/10.60036/Jbm.V1i2.7>

Mukharomah, Kurniawan, M. R., & Noorbaiti. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Kredit Berisiko Yang Dimediasi Oleh Efikasi Diri Pada Mahasiswa Di Kota Surakarta. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 8(1), 49–58. <https://doi.org/10.23917/Benefit.V8i1.2056>

Mukmin, M. N., Masnuneh, M., Warizal, & Ch, I. (2021). Peer-To-Peer Lending : Knowledge, Saving, Insurance, And Investment. *Jurnal Sosial Humaniora*, 12(2), 171–177. <https://journalpublicuho.uho.ac.id>

Muzdalifah, L. (2023). Konsumen Online Terhadap Pembelian Impulsif: Sifat Konsumen Dan Faktor Situasional. *Greenomika*, 05(1), 13–28. <https://journal.unusida.ac.id/index.php/gnk%7c>

Oktavianus, J., Wijaya, L. I., & Sutedjo, B. S. (2025). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Financial Wellbeing Generasi Z Berpenghasilan Di Surabaya,

- Indonesia. *Jimea*, 9(1), 333–359.
<https://doi.org/10.31955/Mea.V9i1.4899>
- Pancasari, D., Pradikto, S., & Suchaina. (2024). Literasi Keuangan, Pendidikan Ekonomi Keluarga, Dan Pendapatan Terhadap Perencanaan Keuangan Gen Z. *Jurnal Stie Semarang*, 16(3), 214.
<https://doi.org/10.33747/Stiesmg.V16i3.764>
- Pane, D. H., & Purba, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Di Situs E-Commerce Bukalapak. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 4(3), 149–155.
<https://doi.org/10.55062/Ijpi.2024.V4i1/475/5>
- Pramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen. In *Widya Gama Press* (3rd Ed.).
- Pratama, D. Y. (2024). The Influence Of Financial Literacy , Financial Self-Efficacy , And Self-Control On Risky Credit Behavior Of Paylater Users (Study On State University Students In Malang City). *Ekbis*, 25(1), 778–794.
- Prawiyogi, A. G., Sadiah, T. L., Purwanugraha, A., & Elisa, P. N. (2021). Penggunaan Media Big Book Untuk Menumbuhkan Minat Membaca Di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 446–452.
<https://doi.org/10.31004/basicedu.V5i1.787>
- Purwanza, S. W., Aditya, W., Ainul, M., Yuniarti, R. R., Adrianus, K. H., Jan, S., Darwin, Atik, B., Siskha, P. S., Maya, F., Rambu, L. K. R. N., Amruddin,

- Gazi, S., Tati, H., Sentalia, B. T., Rento, D. P., & Rasinus. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi. In *Media Sains Indonesia* (Issue March).
- Rachmadany, D., Nnuryadi, & Arifin, S. (2023). Pengaruh Brand Trust, Kemudahan Fintech, Dan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Paylater Payment (Surabaya). *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Manajemen*, 2(4). <https://doi.org/10.58192/Ebismen.V2i4.1378>
- Rahmania, N. R., & Ningtyas, M. N. (2022). Peran Perilaku Keuangan Dalam Memoderasi Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit. *Jurnal Dimensi*, 11(3), 497–508. <https://doi.org/10.33373/Dms.V11i3.4242>
- Rarasari, K. A., & Suratnoaji, C. (2024). Persepsi Gen Z Kota Surabaya Terhadap Pemberitaan Gagal Bayar Pinjaman Online Pada Portal Berita. *Jiip*, 7(77), 11811–11818. <https://doi.org/10.54371/Jiip.V7i10.6138>
- Rismarina, R. A., & Maulana, A. (2024). Pengaruh Gaya Hidup, Literasi Keuangan, Mental Accounting Dan Locus Of Control Terhadap Pengelolaan Keuangan Gen-Z. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia*, 8(1), 52–66. <https://doi.org/10.31629/Jiafi.V8i1.7195>
- Roziqifath, Z. F. M. (2023). Kemampuan Literasi Finansial Antara Keterkaitan Impulsive Buying Terhadap Kecendrungan Untuk Melakukan Pinjaman Online. *Al-Mikraj Jurnal Studi Islam Dan Humaniora (E-Issn 2745-4584)*, 4(1), 965–980. <https://doi.org/10.37680/Almikraj.V4i1.4242>

- Sa'idah, A. (2024). Transaksi Kredit Shopee Paylater Oleh Anak Di Bawah Umur Perspektif Hukum Perjanjian Di Indonesia. In *Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta: Vol. Hukum Ilmu*.
- Saat, S., & Mania, S. (2020). *Pengantar Metodologi Penelitian Panduan Bagi Peneliti Pemula* (Muzakkir (Ed.)). Pusaka Al Maida.
- Sahir, S. Hafni. (2022). *Metode Penelitian. Kmb Indonesia* (M. S. Dr. Ir. Try Koryati (Ed.)). Kmb Indonesia.
- Saputra, R., Ardhiani, L. N., & ... (2021). Digital Marketing Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat Di Kabupaten Batang. *Masyarakat Undip 2020*, 352–356.
- Saputra, R., Ardhiani, L. N., & Setiadi, A. (2020). Teknologi Media Sosial Dalam Industri Pariwisata Di Kabupaten Batang. *Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Undip 2020*, 28–32.
- Saputra, R. H., & Nasution, O. B. (2022). Pengaruh Sikap Individu, Norma Subjektif, Dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Niat Berpergian. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 12(2), 218–227.
<https://doi.org/10.12928/Fokus.V12i2.6810>
- Satrio, R., Wati, K. A., Destiyana, A., & Sanjaya, R. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 3(4).
- Setiawan, C. K., Yanthy, S., Mahasiswa, Y., Dosen, D., & Unsurya, M. (2020). The

- Body Shop Indonesia (Studi Kasus Pada Followers Account Twitter @Thebodyshopindo). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 10(1), 1–9.
<https://doi.org/10.35968/M-Pu.V10i1.371>
- Siregar, S. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Kencana* (P. Hal. 48).
- Sisriyeni, W. (2022). *Impulsive Personality Traits, Impulse Buying Tendency, Store Environment, Dan Impulse Buying (Studi Pada Konsumen Matahari Departement Store Yogyakarta)*.
[http://repositorybaru.stieykpn.ac.id/id/eprint/229%0ahttp://repositorybaru.stieykpn.ac.id/229/1/Ringkasan Skripsi Widya Sisriyeni 211729927.Pdf](http://repositorybaru.stieykpn.ac.id/id/eprint/229%0ahttp://repositorybaru.stieykpn.ac.id/229/1/Ringkasan%20Skripsi%20Widya%20Sisriyeni%20211729927.Pdf)
- Solikha Puji Astuti, Dwi Harini, & Bambang Riono, S. (2022). Pengaruh Tingkat Suku Bunga Dan Jangka Waktu Terhadap Kredit Macet (Studi Kasus Pada Koperasi Syariah Masyarakat Kertasinduyasa, Jatibarang, Brebes). *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 2(2), 49–55. <https://doi.org/10.51903/Jiab.V2i2.157>
- Somsom, S., Alamanda, R., Maharani, D., Ruhamafillah, S., Jannah, I. C. C., & Arum, D. P. (2024). Pengaruh E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Era Digital. *Mutiara*, 2(11), 1–10.
<https://doi.org/10.57185/Mutiara.V2i11.283>
- Sonya, S. P., & Saputra, M. (2025). Pengaruh Fomo , Hedonis Dan Diskon Terhadap Pembelian Implusif Kalangan Gen Z Di Shopee. *Journal Damarjaya*, 1, 577–585.
<https://journal.darmajaya.ac.id/index.php/psnd/article/view/811>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (Sutopo (Ed.); Kedua). Alfabeta.*

Surya, N., & Evelyn, E. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Financial Self-Efficacy Terhadap Risky Credit Behaviour Dalam Penggunaan Paylater. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 12(1), 37–60. <https://doi.org/10.33059/Jmk.V12i1.5825>

Syakila, M., & Damayanti, U. R. (2024). *The Influence Of Financial Literacy And Financial Self-Efficacy*syakila, M., & Damayanti, U. R. (2024). *The Influence Of Financial Literacy And Financial Self-Efficacy On Risk Credit Behaviour Using Shopee Paylater Among Students At Faculty Of Economics A.*

Tania, V., & Tjakrawala, F. X. K. (2020). Pengaruh Intellectual Capital, Capital Structure Terhadap Firm Performance : Corporate Governance Variabel Moderasi. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 2(4), 1827. <https://doi.org/10.24912/Jpa.V2i4.9379>

Tattipikalawan, G., Silaya, M. A., Istia, M. D., Ekonomi, F., Kristen, U., & Maluku, I. (2024). *Dampak Financial Self Efficacy Dan Mental Accounting Terhadap Perilaku Keuangan Gabriela Tattipikalawan, Micrets Agustina Silaya, Mozes David Istia Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Kristen Indonesia Maluku. Xviii*, 115–126.

Tedja, J., & Berlianto, M. P. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Impulsif Pelanggan Di Supermarket Ranch Market. *Indonesian Marketing Journal*, 1(2), 97–111. <https://doi.org/10.19166/Imj.V1i2.5219>

- Utamanyu, R. A., & Darmastuti, R. (2022). Budaya Belanja Online Generasi Z Dan Generasi Milenial Di Jawa Tengah (Studi Kasus Produk Kecantikan Di Online Shop Beauty By Asame). *Scriptura*, 12(1), 58–71.
<https://doi.org/10.9744/scriptura.12.1.58-71>
- Veronica, M. S., & Indrawan, D. R. (2024). Studi Faktor Penentu Risky Credit Behavior Dalam Penggunaan Pay Later Generasi Z. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 97–113.
<https://doi.org/10.24912/jmieb.v8i1.29012>
- Wahyuni, U. S., & Setiawati, R. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 10(4), 164–175.
<https://doi.org/10.22437/jdm.v10i4.19663>
- Wijaya, C. K. (2024). Financial Technology Dan Locus Of Control Terhadap Perilaku Keuangan. *Journal Of Economics, Business, Management, Accounting And Social Sciences (Jebmass)*, 2(2), 55–64.
<http://putrajawa.co.id/ojs/index.php/jebmass>
- Yahya, M., Liestyowati, Majid, M., Nurchayati, & Mulastih, L. (2023). The Influence Of Digital Literacy And Financial Self Efficacy On Risky Credit Behavior In Using Shopee Pay Later. *Jurnal Edunomika*, 08(01), 1–7.
<http://dx.doi.org/10.29040/jie.v8i1.11125>
- Yuliani, R. (2024). Determinants Of Impulse Buying In Buy Now Pay Later Users. ... *On Business, Education, Economics, Accounting, And ...*, 2(1), 2519–2531.
<https://doi.org/10.21009/isc-beam.012.183>

Zulfikar, I. (2022). Pengaruh Pola Panutan Terhadap Perilaku Nyata Melalui Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku Persepsian Dan Minat Dalam Pemilihan Gubernur Dan Wakil Gubernur Dki Jakarta. *Disertasi, Doktor Ilm*(Universitas Hasanuddin Makassar).



RIWAYAT HIDUP PENULIS

A. IDENTITAS

1. Nama : Noviana
2. Tempat tanggal lahir : Batang, 02 November 2002
3. Alamat rumah : Desa Lebo RT 02/RW 03 Kec. Warungasem
4. Alamat tinggal : Desa Lebo RT 02/RW 03 Kec. Warungasem
5. Nomor handphone : 085700445502
6. Email : noviana@mhs.uingusdur.ac.id
7. Nama ayah : Darkum
8. Pekerjaan ayah : Pedagang
9. Nama ibu : Nur Aini
10. Pekerjaan ibu : Ibu Rumah Tangga

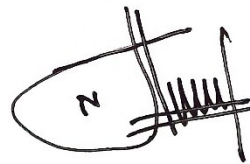
B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD : SD N 1 Lebo (2009-2015)
2. SMP : SMP N 1 Batang (2014-2017)
3. SMA : SMK N 1 Batang (2018-2021)

C. PENGALAMAN ORGANISASI

1. Himpunan Mahasiswa Jurusan HMJ Ekonomi Syariah 2022
2. Himpunan Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah 2023

Pekalongan, 25 Juni 2025



Noviana