

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, GAYA HIDUP, DAN SELF-EFFICACY TERHADAP KEPUTUSAN BNPL MAHASISWA FEB UNISRI

Kalam Mahardika ¹, Alif Putra Pratama ², Riska Fii Ahsani ³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Slamet Ryadi, Surakarta, Indonesia

Email: ardix2990@gmail.com

Diterima 20 Juni 2026, Disetujui 15 Juli 2026, Terbit 30 September 2026

Abstrak

Meningkatnya penggunaan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) di kalangan mahasiswa mencerminkan perubahan perilaku transaksi keuangan menuju pembiayaan berbasis digital. Kemudahan akses dan fleksibilitas pembayaran yang ditawarkan BNPL memberikan manfaat bagi pengguna, namun juga berpotensi mendorong perilaku konsumtif apabila tidak dimbangi dengan kemampuan pengelolaan keuangan yang baik. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan self-efficacy terhadap keputusan penggunaan BNPL pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melibatkan 100 responden yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dan dianalisis dengan metode regresi linear berganda menggunakan IBM SPSS Statistics. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan BNPL dengan nilai signifikansi 0,019. Gaya hidup juga berpengaruh positif dan sangat signifikan dengan nilai signifikansi 0,000 serta menjadi variabel yang memiliki pengaruh paling dominan. Sebaliknya, self-efficacy tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan BNPL dengan nilai signifikansi 0,096. Secara simultan, literasi keuangan, gaya hidup, dan self-efficacy berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan BNPL dengan nilai F hitung sebesar 39,098 dan signifikansi 0,000. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,536 menunjukkan bahwa 53,6% variasi keputusan penggunaan BNPL dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Kata kunci: *Buy Now Pay Later*, self-efficacy, gaya hidup, literasi keuangan.

Abstract

The increasing use of Buy Now Pay Later (BNPL) services among university students reflects a shift in financial transaction behavior toward digital financing. While BNPL offers convenience through flexible payment options and easy accessibility, it also has the potential to encourage excessive consumer spending when not accompanied by adequate financial management skills. This study aims to examine the influence of financial literacy, lifestyle, and self-efficacy on the decision to use BNPL services among students of the Faculty of Economics and Business, Universitas Slamet Riyadi Surakarta. This research employed a quantitative approach involving 100 respondents selected using a purposive sampling technique. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression with IBM SPSS Statistics. The findings indicate that financial literacy has a positive and statistically significant effect on BNPL usage decisions ($p = 0.019$). Lifestyle also has a positive and highly significant effect ($p = 0.000$) and is the most influential variable in the model. In contrast, self-efficacy has no significant effect on BNPL usage decisions ($p = 0.096$). Simultaneously, financial literacy, lifestyle, and self-efficacy significantly influence BNPL usage decisions, as indicated by an F-value of 39.098 ($p = 0.000$). Furthermore, the Adjusted R Square value of 0.536 indicates that 53.6% of the variance in BNPL usage decisions can be explained by these three variables, while the remaining 46.4% is influenced by other factors beyond the scope of this study.

Key words: *Buy Now Pay Later*, self-efficacy, lifestyle, financial literacy.

PENDAHULUAN

Perkembangan digitalisasi di sektor keuangan telah membawa perubahan mendasar dalam cara individu mengakses dan memanfaatkan berbagai layanan transaksi maupun pembiayaan. Inovasi teknologi tidak sekadar menghadirkan sistem pembayaran yang lebih efisien dan mudah dijangkau, melainkan juga membuka pintu bagi munculnya beragam instrumen kredit digital yang dapat diakses kapan saja melalui perangkat genggam. Dalam rentang beberapa tahun terakhir, layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) telah berkembang menjadi salah satu terobosan finansial yang paling cepat pertumbuhannya. Layanan ini memungkinkan pengguna untuk langsung memperoleh produk atau jasa yang diinginkan, dengan kewajiban pembayaran yang dapat diselesaikan pada waktu yang telah disepakati, baik dalam satu kali cicilan maupun secara bertahap.

Daya tarik BNPL terus menguat berkat proses registrasi yang sederhana, persyaratan yang relatif longgar, serta integrasinya yang luas dengan berbagai marketplace digital. Hal ini menjadikan BNPL semakin diminati oleh beragam kalangan masyarakat sebagai solusi pembayaran yang praktis sekaligus adaptif. Tingginya tingkat penerimaan terhadap layanan BNPL tidak hanya ditemui di kalangan masyarakat pekerja, melainkan juga semakin marak di lingkungan kampus. Sebagai generasi yang dibesarkan dalam ekosistem digital, mahasiswa dikenal memiliki intensitas penggunaan teknologi yang tinggi dan kebiasaan bertransaksi secara digital yang sudah mengakar. Kehadiran BNPL menawarkan solusi pembiayaan yang meningkatkan fleksibilitas transaksi, terutama saat mahasiswa menghadapi kendala likuiditas jangka pendek.

Namun, di balik kemudahan tersebut, terdapat risiko nyata berupa pola konsumsi yang kurang terencana jika tidak dimbangi dengan pengelolaan keuangan yang baik. Pemanfaatan kredit digital yang berlebihan dapat berujung pada berbagai permasalahan finansial, mulai dari menumpuknya kewajiban pembayaran, terganggunya arus kas pribadi, hingga meningkatnya kemungkinan gagal bayar. Fenomena ini mengisyaratkan bahwa keputusan untuk menggunakan layanan BNPL tidak semata-mata dipicu oleh kebutuhan finansial yang mendesak, melainkan juga dipengaruhi oleh karakteristik perilaku masing-masing individu. Dalam perspektif behavioral finance, setiap keputusan keuangan dipahami sebagai produk interaksi antara aspek psikologis, dinamika lingkungan sosial, serta kapasitas seseorang dalam mencerna dan mengolah informasi keuangan yang tersedia.

Oleh sebab itu, pemetaan faktor-faktor yang membentuk keputusan penggunaan BNPL menjadi sangat relevan untuk menghasilkan pemahaman yang lebih holistik mengenai proses pengambilan keputusan konsumen di era keuangan digital. Literasi keuangan teridentifikasi sebagai salah satu variabel kunci yang dapat memoderasi keputusan seseorang dalam menggunakan layanan BNPL. Penguasaan konsep-konsep keuangan, kemampuan menimbang untung dan rugi suatu produk finansial, serta kecakapan dalam merancang perencanaan keuangan yang sistematis memungkinkan individu membuat keputusan yang lebih rasional dan terukur.

Dalam konteks BNPL, pemahaman keuangan yang solid membantu mahasiswa untuk mengantisipasi konsekuensi penggunaan kredit digital sebelum memutuskan untuk menggunakannya. Sebaliknya, ketidakmampuan dalam memahami aspek-aspek keuangan dapat membuat seseorang rentan terhadap penggunaan fasilitas kredit tanpa memperhitungkan dampak jangka panjangnya. Di samping pengetahuan finansial, gaya hidup turut menjadi determinan penting dalam keputusan penggunaan BNPL. Transformasi pola konsumsi yang kian terhubung dengan arus informasi di media sosial telah memunculkan berbagai kecenderungan baru yang mempengaruhi preferensi belanja individu. Mahasiswa kerap menghadapi tekanan sosial untuk menyesuaikan diri dengan tren yang berkembang, baik menyangkut produk, layanan, maupun gaya hidup tertentu.

Dalam situasi seperti ini, BNPL kerap dipandang sebagai sarana yang memfasilitasi pemenuhan hasrat konsumsi tanpa harus menyediakan dana secara tunai di awal. Semakin kuat kecenderungan konsumtif seseorang, semakin besar pula peluang mereka untuk memanfaatkan fasilitas kredit digital sebagai instrumen pembayaran. Aspek psikologis lain yang tak kalah relevan dalam menjelaskan keputusan penggunaan BNPL adalah self-efficacy. Konstruk ini merujuk pada keyakinan seseorang atas kapasitasnya untuk mengendalikan perilaku dan meraih hasil yang diinginkan. Dalam ranah keuangan pribadi, self-efficacy tercermin dalam kemampuan mengontrol pengeluaran, menetapkan prioritas kebutuhan, serta mempertimbangkan risiko sebelum mengambil keputusan finansial.

Individu dengan self-efficacy tinggi umumnya lebih mampu melakukan evaluasi yang matang sebelum menggunakan layanan kredit, sementara rendahnya keyakinan diri cenderung membuat keputusan keuangan lebih rentan terhadap pengaruh impulsif maupun tekanan eksternal. Penelitian terdahulu mengenai perilaku pengguna layanan *paylater* telah menghasilkan temuan yang beragam. Sebagian penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berperan dalam membentuk keputusan penggunaan kredit digital. Namun, penelitian lain menemukan hasil yang berbeda, sehingga pengaruh literasi keuangan belum dapat disimpulkan secara konsisten. Perbedaan tersebut diduga dipengaruhi oleh karakteristik responden dan konteks penelitian yang berbeda.

Hal serupa juga berlaku pada variabel gaya hidup dan *self-efficacy*, yang masih menampilkan inkonsistensi temuan di berbagai setting penelitian. Kondisi ini mengindikasikan bahwa hubungan antarvariabel belum dapat dijelaskan secara seragam, sehingga diperlukan pengujian lanjutan pada populasi yang berbeda. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta dipilih sebagai subjek penelitian karena mereka memiliki paparan yang luas terhadap informasi keuangan serta intensitas penggunaan teknologi digital yang tinggi dalam aktivitas keseharian. Fondasi pengetahuan di bidang ekonomi dan keuangan yang diperoleh melalui proses perkuliahan memberikan bekal yang relatif lebih baik dalam mengevaluasi keputusan finansial dibandingkan mahasiswa dari rumpun ilmu lain.

Namun demikian, kemudahan akses terhadap BNPL tetap berpotensi mempengaruhi perilaku kredit digital mereka. Kondisi ini memunculkan pertanyaan penting: sejauh mana literasi keuangan, gaya

hidup, dan *self-efficacy* berperan dalam membentuk keputusan penggunaan BNPL pada kelompok tersebut?

Berakar dari latar belakang dan kerangka konseptual yang telah diuraikan, penelitian ini dirancang untuk menguji sejauh mana literasi keuangan, gaya hidup, dan *self-efficacy* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan layanan BNPL pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta. Hasil yang diperoleh diharapkan mampu memperluas khazanah kajian *behavioral finance*, terutama yang berkaitan dengan dinamika pemanfaatan layanan keuangan digital, sekaligus menjadi referensi praktis bagi mahasiswa, institusi pendidikan, dan penyedia layanan BNPL dalam mendorong budaya penggunaan kredit digital yang lebih cerdas dan bertanggung jawab.

KAJIAN TEORI

Pergeseran lanskap keuangan kontemporer sangat erat kaitannya dengan integrasi teknologi yang semakin dalam ke berbagai dimensi aktivitas ekonomi masyarakat. Transformasi ini melahirkan berbagai layanan keuangan berbasis digital yang menawarkan kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi maupun mengakses pembiayaan. Di antara berbagai inovasi tersebut, *Buy Now Pay Later* (BNPL) menjadi salah satu layanan yang paling banyak mendapat perhatian, yakni skema pembayaran yang memberi konsumen kemampuan untuk memperoleh barang atau jasa lebih dulu sebelum melunasi kewajibannya pada tenggat waktu yang disepakati.

Popularitas BNPL tidak semata-mata mencerminkan evolusi metode pembayaran, tetapi juga mengindikasikan perubahan paradigma dalam pengambilan keputusan keuangan, terutama di kalangan generasi muda yang tumbuh dalam ekosistem digital. Perilaku penggunaan BNPL dapat dianalisis melalui lensa *Behavioral Finance*. Pendekatan ini menegaskan bahwa pengambilan keputusan keuangan individu tidak selalu dilandasi rasionalitas ekonomi semata, melainkan turut dibentuk oleh faktor-faktor kognitif, psikologis, dan lingkungan sosial. Dalam konteks ini, keputusan untuk memanfaatkan fasilitas kredit digital seperti BNPL tidak hanya ditentukan oleh kondisi keuangan pengguna, tetapi juga oleh kapasitas pemahaman finansial mereka, pola konsumsi yang dianut, tekanan dari lingkungan sosial, serta tingkat keyakinan individu atas kemampuannya mengelola keuangan secara mandiri.

Kapasitas seseorang dalam mencerna dan mengaplikasikan informasi keuangan merupakan fondasi penting dalam setiap keputusan yang berhubungan dengan pengelolaan sumber daya finansial. Stolper dan Walter (2017) menjelaskan bahwa literasi keuangan bukan sekadar penguasaan terhadap konsep-konsep keuangan, melainkan juga mencerminkan kemampuan individu dalam menginterpretasikan berbagai informasi dan menjadikannya sebagai dasar pengambilan keputusan ekonomi yang tepat sasaran. Lebih jauh, literasi keuangan mencakup kecakapan dalam merancang rencana keuangan, mengelola sumber pendapatan, mengidentifikasi dan mengevaluasi risiko, serta menentukan pilihan keputusan yang paling selaras dengan kapasitas finansial individu.

Dalam kaitannya dengan layanan BNPL, tingkat literasi keuangan secara langsung mempengaruhi kemampuan individu dalam memahami implikasi dari setiap keputusan pembiayaan. Seseorang yang

memiliki pengetahuan keuangan yang solid umumnya mampu menimbang berbagai aspek secara lebih cermat, seperti besaran kewajiban pembayaran, potensi konsekuensi keterlambatan, dan dampaknya terhadap kestabilan keuangan di masa depan. Dengan demikian, literasi keuangan yang baik tidak semata mendorong seseorang untuk menghindari BNPL, melainkan membantu mereka memanfaatkan layanan tersebut secara lebih proporsional dan sesuai kebutuhan riil.

Temuan Arisandy et al. (2025) mengonfirmasi adanya keterkaitan antara literasi keuangan dan perilaku pengelolaan keuangan pada pengguna layanan *paylater*. Hal ini diperkuat oleh Nathanael dan Chami (2026) yang menemukan bahwa pemahaman finansial berperan penting dalam membentuk keputusan penggunaan BNPL serta kesejahteraan finansial penggunanya. Selain faktor kognitif, keputusan penggunaan BNPL juga dipengaruhi secara kuat oleh gaya hidup yang berkembang dalam lingkungan sosial dan digital. Solomon et al. (2019) mendefinisikan gaya hidup sebagai representasi pola kehidupan individu yang termanifestasi melalui aktivitas, minat, dan pandangan hidup yang dimilikinya. Gaya hidup mencerminkan cara seseorang mengalokasikan sumber daya yang ada, baik berupa waktu, perhatian, maupun kapasitas finansial, demi memenuhi kebutuhan maupun keinginan yang dimiliki.

Di era digital, gaya hidup semakin terjalin erat dengan pola konsumsi berbasis teknologi. Eksposur terhadap media sosial, iklan digital, figur berpengaruh (*influencer*), serta berbagai tren yang beredar di lingkungan pergaulan mendorong individu untuk menyesuaikan gaya konsumsinya dengan standar yang dianggap relevan di dalam kelompok sosialnya. Dalam konteks ini, BNPL berfungsi sebagai opsi pembayaran yang memberikan fleksibilitas bagi individu untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginan konsumsi tanpa harus menunda pembelian akibat keterbatasan dana.

Secara teoretis, individu yang memiliki orientasi gaya hidup tinggi terhadap tren dan pengalaman konsumtif cenderung lebih terbuka terhadap penggunaan BNPL. Kemudahan mendapatkan barang tanpa membayar di muka sering kali dipersepsikan sebagai solusi yang mendukung ritme kehidupan modern. Berbagai studi sebelumnya telah mengindikasikan bahwa gaya hidup berkorelasi erat dengan kecenderungan perilaku konsumtif pada pengguna layanan *paylater*.

Putri. Priantilianingtiasari dkk. menemukan bahwa orientasi terhadap tren, modernitas pola konsumsi, dan karakteristik generasi muda berpotensi meningkatkan kecenderungan penggunaan platform seperti Shopee *PayLater*. Temuan ini memperkuat argumen bahwa tekanan lingkungan sosial dan budaya konsumsi digital memberikan kontribusi signifikan dalam membentuk keputusan penggunaan kredit digital. Salah satu aspek penting lainnya yang perlu dipahami dalam memahami keputusan seseorang menggunakan BNPL adalah *self-efficacy*, yaitu keyakinan seseorang terhadap kemampuannya untuk melakukan suatu tindakan dan mencapai hasil yang diinginkan (Schunk & DiBenedetto, 2020). Dalam mengelola uang, *self-efficacy* terlihat dari kemampuan seseorang dalam mengatur pengeluaran, menentukan kebutuhan yang penting, mengendalikan keinginan belanja, serta mengambil keputusan soal uang dengan memperhatikan berbagai kemungkinan risiko yang bisa terjadi.

Dare et al.(2023) menyebutkan bahwa *financial self-efficacy* menunjukkan keyakinan seseorang terhadap kemampuannya dalam mengurus keuangan dan menghadapi berbagai masalah finansial. Orang

yang memiliki rasa percaya diri tinggi dalam hal keuangan biasanya lebih yakin saat membuat keputusan mengenai uang, menjalani gaya hidup keuangan yang baik, serta lebih bisa menghindari tindakan-tindakan yang bisa merusak kestabilan keuangan mereka. Oleh karena itu, secara teori, *financial self-efficacy* diharapkan menjadi faktor yang bisa mengurangi kemungkinan seseorang membuat keputusan mengenai kredit yang berisiko.

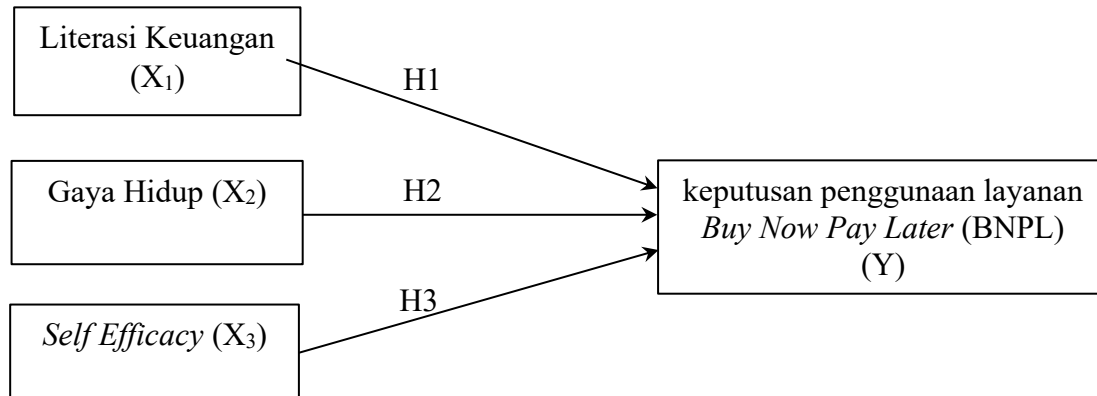
Namun, keterkaitan antara *self-efficacy* dan keputusan penggunaan BNPL tidak selalu berjalan secara linear, karena dinamikanya juga dipengaruhi oleh berbagai variabel eksternal. Kemudahan akses layanan, agresivitas promosi, fleksibilitas cicilan, serta normalisasi kredit digital di kalangan generasi muda dapat mendistorsi peran *self-efficacy* dalam proses keputusan. Akibatnya, hasil-hasil empiris mengenai hubungan ini masih menunjukkan inkonsistensi. Surya dan Evelyn (2023) menemukan bahwa *financial self-efficacy* berkontribusi terhadap kecenderungan perilaku kredit berisiko, dan Islamiyah dan Widodo (2025) juga menemukan hasil serupa. Meski demikian, cepatnya perkembangan teknologi keuangan memungkinkan munculnya variasi perilaku pengguna pada setiap kelompok responden yang berbeda.

Keputusan penggunaan BNPL merupakan wujud nyata dari proses pengambilan keputusan konsumen dalam memilih layanan pembayaran kredit digital. Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa keputusan penggunaan merupakan output dari serangkaian proses pertimbangan yang dimulai dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, penetapan pilihan, hingga evaluasi pasca-penggunaan. Dalam konteks BNPL, proses ini tidak hanya didasarkan pada kalkulasi manfaat finansial, tetapi juga dipengaruhi oleh persepsi kemudahan layanan, kondisi ekonomi pengguna, tekanan lingkungan sosial, dan berbagai faktor psikologis.

Kotler, Kartajaya, dan Setiawan (2021) mengatakan bahwa kecenderungan seseorang untuk menerima layanan berbasis teknologi tergantung pada bagaimana ia melihat manfaat, tingkat kesulitan dalam menggunakan layanan tersebut, serta nilai yang diberikan oleh layanan itu. Secara bersamaan, Ullah dan tim peneliti (2022) menyatakan bahwa keputusan seseorang dalam menggunakan layanan digital juga dipengaruhi oleh bagaimana mereka memandang manfaat yang didapat, tingkat kesulitan dalam menggunakan teknologi, serta kemampuan dan pengalaman mereka dalam berinteraksi dengan teknologi digital. Dengan demikian, keputusan penggunaan BNPL dapat dipahami sebagai resultan dari kombinasi faktor kognitif, sosial, dan psikologis yang bekerja secara sinergis dalam membentuk perilaku keuangan individu.

Berdasarkan telaah teoritis dan bukti empiris yang telah dipaparkan, literasi keuangan berfungsi sebagai komponen kognitif yang membantu individu memahami, mengevaluasi, dan mempertimbangkan manfaat serta risiko dari pemanfaatan layanan keuangan digital. Gaya hidup berperan sebagai faktor sosial yang mendorong individu mengikuti pola konsumsi tertentu, sementara *self-efficacy* berfungsi sebagai faktor psikologis yang berkaitan dengan keyakinan individu dalam mengendalikan perilaku keuangannya. Ketiga variabel ini secara bersama-sama menyediakan kerangka analisis yang lebih komprehensif untuk menjelaskan keputusan penggunaan BNPL pada mahasiswa,

khususnya di tengah lingkungan digital yang terus mendorong perubahan perilaku konsumsi dan adopsi kredit berbasis teknologi.



Gambar 1.: Kerangka Variabel

Pada penelitian ini, terdapat 3 variabel independent yang diuji yaitu Literasi Keuangan (X_1), Gaya Hidup (X_2) dan *Self Efficacy* (X_3). Terdapat satu variabel yang dependen yang diuji pada penelitian ini, yaitu Keputusan penggunaan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) (Y). Hipotesis berikut akan diselidiki sebagai bagian dari pengujian yang akan dilakukan dalam penelitian ini:

H1: Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISRI.

H2: Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISRI.

H3: *Self-efficacy* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISRI.

METODE

Penelitian ini menggunakan rancangan kuantitatif dengan tipe eksplanatori guna menguji dan menganalisis pengaruh Literasi Keuangan, gaya hidup, serta *self-efficacy* terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL). Pendekatan kuantitatif dipilih karena mampu memberikan gambaran yang jelas dan terukur tentang hubungan antarvariabel melalui pengujian statistik, sehingga diperoleh bukti empiris yang dapat diandalkan.

Populasi yang menjadi sasaran penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, yakni pemilihan responden berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan sesuai tujuan penelitian. Kriteria tersebut meliputi status aktif sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta, serta telah menggunakan salah satu layanan BNPL - seperti Shopee PayLater, GoPayLater, Kredivo, atau platform sejenis - minimal dalam enam bulan terakhir.

Penetapan jumlah sampel mengacu pada panduan Hair et al. (2019), yang merekomendasikan ukuran sampel minimum sebesar 5 hingga 10 kali jumlah indikator dalam penelitian multivariat. Dengan total 20 indikator yang digunakan, diperoleh ukuran sampel minimal sebesar $n = 5 \times 20 = 100$ responden, dan jumlah inilah yang digunakan dalam penelitian ini. Data primer dihimpun melalui penyebaran kuesioner secara daring kepada responden yang memenuhi syarat. Instrumen diukur menggunakan *skala Likert* lima poin, mulai dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju), untuk menangkap tingkat persetujuan responden terhadap setiap pernyataan yang mewakili indikator variabel penelitian.

Variabel Literasi Keuangan dioperasionisasikan melalui lima indikator: pemahaman mengenai pengelolaan uang, pengetahuan terhadap berbagai produk Keuangan, kemampuan merencanakan Keuangan, pemahaman atas risiko kredit, dan kapasitas dalam Pengambilan keputusan finansial. Variabel gaya hidup diukur melalui indikator aktivitas konsumsi, minat personal, opini, pola pengeluaran, dan kecenderungan mengikuti tren. Variabel *self-efficacy* mencakup keyakinan dalam mengelola uang, kemampuan mengatur pengeluaran, kepercayaan diri dalam keputusan finansial, kemampuan menahan perilaku konsumtif berlebihan, dan kesiapan menghadapi risiko Keuangan.

Sementara itu, variabel keputusan penggunaan BNPL diukur melalui indikator intensitas penggunaan, pertimbangan manfaat, frekuensi penggunaan, keyakinan memilih BNPL, dan keesuaian dengan kebutuhan. Analisis data dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics. Sebelum pengujian Hipotesis, dilakukan uji validitas menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* dan uji reliabilitas menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha* (nilai minimum 0,70). Asumsi klasik juga diuji melalui uji normalitas Kolmogorov-Smirnov, uji multikolinearitas (*Tolerance* dan *VIF*), serta uji heteroskedastisitas dengan korelasi Spearman. Pengujian Hipotesis dilakukan dengan analisis regresi linear berganda: $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$, menggunakan uji t (parsial), uji F (simultan), dan koefisien determinasi Adjusted R Square.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dimanfaatkan untuk menyajikan gambaran yang terperinci mengenai karakteristik para partisipan penelitian. Profil yang ditelaah mencakup distribusi jenis kelamin, tahun angkatan kuliah, status pemanfaatan layanan BNPL, serta tingkat frekuensi penggunaannya dalam periode satu bulan. Pemaparan karakteristik ini dimaksudkan untuk memberikan konteks yang memadai sebelum memasuki tahap analisis yang lebih mendalam. Ringkasan hasil pengelompokan responden disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Profil Responden

Profil	Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	48	48,0
	Perempuan	52	52,0

Angkatan Kuliah	2020	1	1,0
	2021	1	1,0
	2022	7	7,0
	2023	78	78,0
	2024	4	4,0
	2025	4	4,0
	2026	2	2,0
	Lainnya*	3	3,0
Status Penggunaan BNPL	Ya	51	51,0
	Tidak	49	49,0
Frekuensi Penggunaan BNPL per Bulan	1–2 kali	79	79,0
	3–5 kali	10	10,0
	> 5 kali	11	11,0

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2026

Berdasarkan Tabel 1, komposisi responden menurut jenis kelamin terbilang cukup berimbang, dengan 52% berjenis kelamin Perempuan dan 48% Laki-laki. Distribusi yang proporsional ini menandakan bahwa pemahaman dan penggunaan layanan BNPL tidak hanya terpusat pada satu gender tertentu, melainkan telah menjangkau berbagai kalangan mahasiswa secara lebih luas. Ditinjau dari tahun masuk kuliah, dominasi yang sangat menonjol berasal dari angkatan 2023 dengan proporsi 78%. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden masih dalam masa studi aktif dan kerap menggunakan berbagai layanan digital, termasuk platform pembayaran berbasis teknologi, dalam keseharian mereka.

Dari sisi status penggunaan, sebanyak 51% responden mengaku pernah atau masih aktif menggunakan layanan BNPL, sedangkan 49% sisanya tidak memanfaatkan layanan tersebut. Komposisi yang hampir seimbang ini menunjukkan bahwa BNPL telah cukup dikenal di kalangan mahasiswa, meski keputusan untuk menggunakannya tetap bergantung pada berbagai pertimbangan individual. Dalam hal frekuensi penggunaan, mayoritas responden (79%) menggunakan BNPL sebanyak satu hingga dua kali per bulan. Temuan ini mengisyaratkan bahwa mahasiswa cenderung memanfaatkan BNPL sebagai pilihan pembayaran situasional, bukan sebagai metode transaksi utama dalam kegiatan belanja mereka sehari-hari.

Analisis Uji Validitas

Uji validitas dilaksanakan guna menilai kemampuan masing-masing indikator dalam alat ukur untuk mengukur konstruk yang dimaksud secara akurat. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai korelasi item dengan skor total variabel terhadap nilai r tabel sebesar 0,196 pada taraf signifikansi 5% dan jumlah responden 100 orang. Hasil pengujian untuk setiap variabel disajikan pada Tabel 2 hingga Tabel 5.

Tabel 2. Analisis Uji Validitas

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0,684	0,196	Valid
X1.2	0,831	0,196	Valid
X1.3	0,786	0,196	Valid
X1.4	0,733	0,196	Valid
X1.5	0,677	0,196	Valid

Sumber: Hasil Olah Data, 2026

Tabel 3. Analisis Uji Validitas

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
X2.1	0,847	0,196	Valid
X2.2	0,720	0,196	Valid
X2.3	0,839	0,196	Valid
X2.4	0,866	0,196	Valid
X2.5	0,859	0,196	Valid

Sumber: Hasil Olah Data, 2026

Tabel 4. Analisis Uji Validitas

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
X3.1	0,679	0,196	Valid
X3.2	0,784	0,196	Valid
X3.3	0,827	0,196	Valid
X3.4	0,768	0,196	Valid
X3.5	0,675	0,196	Valid

Sumber: Hasil Olah Data, 2026

Tabel 5. Analisis Uji Validitas

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Y1	0,851	0,196	Valid
Y2	0,885	0,196	Valid
Y3	0,841	0,196	Valid
Y4	0,887	0,196	Valid
Y5	0,857	0,196	Valid

Sumber: Hasil Olah Data, 2026

Berdasarkan keseluruhan Hasil pengujian, seluruh indikator pada variabel Literasi Keuangan, Gaya Hidup, *Self-Efficacy*, dan Keputusan Penggunaan BNPL menghasilkan nilai korelasi yang melampaui ambang batas minimum yang ditetapkan. Hal ini menunjukkan bahwa setiap butir pernyataan memiliki kapasitas yang memadai dalam merepresentasikan konstruk variabel yang diukur, sehingga instrumen penelitian dapat dinyatakan Valid dan layak digunakan. Dengan cakupan nilai korelasi yang diperoleh, semua butir pernyataan dinilai layak dipertahankan dan dapat dipergunakan sebagai instrumen pengumpulan data pada tahap analisis selanjutnya.

Analisis Uji Reliabilitas

Setelah seluruh indikator dinyatakan Valid, tahap berikutnya adalah mengevaluasi konsistensi instrumen menggunakan uji reliabilitas dengan koefisien *Cronbach's Alpha*. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Alpha melebihi 0,70. Pengujian ini bertujuan memastikan stabilitas dan konsistensi

instrumen dalam menghasilkan data yang andal ketika diterapkan pada kondisi yang serupa. Hasil uji reliabilitas disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Analisis Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
Literasi Keuangan (X ₁)	0,795	0,70	Reliabel
Gaya Hidup (X ₂)	0,884	0,70	Reliabel
Self-Efficacy (X ₃)	0,793	0,70	Reliabel
Keputusan Penggunaan BNPL (Y)	0,913	0,70	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data, 2026

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel penelitian memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang melampaui batas minimum 0,70. Variabel Literasi Keuangan mencatat nilai alpha 0,795, Gaya Hidup 0,884, *Self-efficacy* 0,793, dan Keputusan Penggunaan BNPL 0,913. Hasil ini membuktikan bahwa setiap variabel memiliki konsistensi intenal yang memadai dalam mengukur konstruk yang diteliti. Dengan demikian, instrumen penelitian terbukti andal dan dapat diandalkan sebagai alat pengumpulan data dalam pengujian Hipotesis maupun analisis model.

Analisis Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk memverifikasi apakah Distribusi residual model regresi mengikuti pola Distribusi normal. Metode yang digunakan adalah *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan batas signifikansi 5%. Terpenuhinya asumsi normalitas sangat krusial dalam analisis regresi, karena berdampak langsung pada Validitas dan keandalan estimasi yang dihasilkan. Hasil uji normalitas disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Uji Normalitas

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>		
N		<i>Unstandardized Residual</i> 100
<i>Normal Parameters^{a, b}</i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	3.28734821
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.072
	<i>Positive</i>	.047
	<i>Negative</i>	-.072
<i>Test Statistic</i>		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c, d}
<i>a. Test distribution is Normal.</i>		
<i>b. Calculated from data.</i>		
<i>c. Lilliefors Significance Correction.</i>		
<i>d. This is a lower bound of the true significance</i>		

Sumber: Hasil Olah Data, 2026

Hasil uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,200, yang secara substansial melampaui ambang batas 0,05. Temuan ini mengonfirmasi bahwa residual model regresi terdistribusi secara normal, sehingga asumsi normalitas terpenuhi dan model dapat dilanjutkan ke tahap analisis berikutnya.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mendeteksi apakah terdapat ketidaksragaman varians residual dalam model regresi. Gejala heteroskedastisitas perlu diidentifikasi karena dapat mengakibatkan estimasi koefisien regresi yang tidak efisien dan mengurangi akurasi interpretasi hasil. Pengujian menggunakan metode korelasi Spearman untuk memastikan homogenitas varians residual. Hasil uji disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8. Uji Heteroskedastisitas

			<i>Correlations</i>			
			Literasi Keuangan	Gaya Hidup	<i>Self</i> <i>Efficacy</i> <i>y</i>	<i>Unstandardize</i> <i>d Residual</i>
Spearman' s rho	Literasi Keuangan	<i>Correlation</i>	1.000	.057	.539*	.001
		<i>Coefficient</i>			*	
		Sig. (2-tailed)	.	.574	.000	.992
		N	100	100	100	100
	Gaya Hidup	<i>Correlation</i>	.057	1.000	-.042	.009
		<i>Coefficient</i>				
		Sig. (2-tailed)	.574	.	.680	.929
		N	100	100	100	100
	<i>Self</i> <i>Efficacy</i>	<i>Correlation</i>	.539**	-.042	1.000	.007
		<i>Coefficient</i>				
		Sig. (2-tailed)	.000	.680	.	.942
		N	100	100	100	100
	Unstandar dized	<i>Correlation</i>	.001	.009	.007	1.000
		<i>Coefficient</i>				
		Sig. (2-tailed)	.992	.929	.942	.
	N	100	100	100	100	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

***. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).*

Sumber: Hasil Olah Data, 2026

Hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi masing-masing variabel Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan *Self-efficacy* sebesar 0,992; 0,929; dan 0,942—seluruhnya melampaui batas signifikansi 0,05. Ini berarti tidak terdapat hubungan yang signifikan antara residual dan variabel bebas, sehingga model regresi bebas dari gejala heteroskedastisitas.

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dimaksudkan untuk memeriksa seberapa kuat hubungan linier yang terjalin di antara variabel-variabel independen dalam model. Pemeriksaan ini penting untuk memastikan bahwa setiap variabel bebas menyumbangkan informasi yang unik dan tidak tumpang tindih secara berlebihan

dengan variabel lainnya. Adanya multikolinearitas yang tinggi dapat mengganggu ketepatan estimasi koefisien regresi. Hasil uji disajikan pada Tabel 9.

Tabel. 9 Uji Multikolinearitas

		<i>Coefficients^a</i>	
Model		<i>Collinearity Statistics</i>	
		<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1	Literasi Keuangan	.563	1.775
	Gaya Hidup	.961	1.040
	<i>Self Efficacy</i>	.579	1.726

a. *Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Buy Now Pay Later*

Sumber: Hasil Olah Data, 2026

Hasil analisis memperlihatkan bahwa semua variabel independen menghasilkan nilai *tolerance* di atas 0,10 dan nilai *VIF* di bawah 10. Variabel Literasi Keuangan memperoleh nilai *tolerance* 0,563 dengan *VIF* 1,775; Gaya Hidup menghasilkan nilai *tolerance* 0,961 dengan *VIF* 1,040; sedangkan *Self-efficacy* menunjukkan nilai *tolerance* 0,579 dengan *VIF* 1,726. Dengan demikian, model penelitian terbebas dari masalah multikolinearitas.

Analisis Regresi

1. Analisis Uji T

Pengujian Hipotesis secara parsial dilakukan melalui uji t untuk mengidentifikasi pengaruh individual masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji t digunakan untuk menguji apakah Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan *Self-efficacy* masing-masing berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan BNPL. Pengujian dilakukan pada taraf signifikansi (α) 5%. Hasil uji t disajikan pada Tabel 10.

Tabel 10. Analisis Uji T

		<i>Coefficients^a</i>		t	Sig.	<i>Collinearity Statistics</i>	
Model		<i>Unstandardized Coefficients</i>	<i>Standardized Coefficients</i>			<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
		B	Std. Error				
1	(Constant)	-2.476	1.667	-	.141		
				1.485			
	Literasi Keuangan	.342	.143	.218	2.388	.019	.563 1.775
	Gaya Hidup	.627	.072	.606	8.682	.000	.961 1.040
	<i>Self Efficacy</i>	.230	.136	.151	1.683	.096	.579 1.726

a. *Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Buy Now Pay Later*

Sumber: Hasil Olah Data, 2026

Hasil uji parsial mengungkapkan bahwa variabel Literasi Keuangan memperoleh nilai signifikansi 0,019, yang lebih kecil dari 0,05, sehingga terbukti memberikan pengaruh yang bermakna terhadap keputusan penggunaan BNPL. Variabel Gaya Hidup menunjukkan nilai signifikansi 0,000,

mengonfirmasi pengaruhnya yang sangat kuat dan dominan. Sebaliknya, *Self-efficacy* memperoleh nilai signifikansi 0,096—melampaui ambang batas 0,05—yang berarti variabel ini tidak terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan BNPL oleh responden.

2. Analisis Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengevaluasi pengaruh simultan dari seluruh variabel independen terhadap variabel dependen. Selain itu, uji ini berfungsi untuk menilai kelayakan model regresi secara keseluruhan sebagai dasar pengujian Hipotesis.

Tabel 11. Analisis Uji F

ANOVA						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1307.181	3	435.727	39.098	.000 ^b
	Residual	1069.859	96	11.144		
	Total	2377.040	99			
a. <i>Dependent Variable:</i> Keputusan Penggunaan <i>Buy Now PayLater</i>						
b. <i>Predictors:</i> (Constant), <i>Self Efficacy</i> , Gaya Hidup, Literasi Keuangan						

Sumber: Hasil Olah Data, 2026

Pengujian simultan menghasilkan nilai signifikansi 0,000 yang jauh di bawah 0,05, dengan nilai F hitung sebesar 39,098. Temuan ini membuktikan bahwa model regresi yang dibangun memiliki kualitas yang baik. Dengan demikian, Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan *Self-efficacy* secara bersama-sama terbukti berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan BNPL.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar variasi variabel dependen yang mampu dijelaskan oleh variabel-variabel independen dalam model. Semakin tinggi nilai koefisien ini, semakin kuat daya prediktif model terhadap fenomena yang diteliti. Nilai koefisien determinasi disajikan pada Tabel 12.

Tabel 12. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.742 ^a	.550	.536	3.33832

a. *Predictors:* (Constant), *Self Efficacy*, Gaya Hidup, Literasi Keuangan

Sumber: Hasil Olah Data, 2026

Hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,536. Artinya, 53,6% variasi dalam keputusan penggunaan BNPL dapat dijelaskan secara memadai oleh Ketiga variabel—Literasi Keuangan, gaya hidup, dan *self-efficacy*—yang ada dalam model. Adapun 46,4% variasi sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar model, seperti karakteristik kepribadian, dinamika sosial, atau variabel lain yang tidak diikutsertakan dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengujian Hipotesis mengonfirmasi bahwa Literasi Keuangan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta dalam menggunakan layanan BNPL. Hal ini dibuktikan oleh nilai signifikansi 0,019 yang berada di bawah batas 0,05 serta koefisien regresi positif sebesar 0,342. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat Literasi Keuangan mahasiswa, semakin besar kecenderungan mereka untuk menggunakan layanan BNPL—temuan yang agak kontras dengan asumsi umum bahwa individu dengan pemahaman Keuangan yang baik cenderung menghindari fasilitas kredit digital. Dalam konteks penelitian ini, Literasi Keuangan tidak dipandang sebagai penghalang penggunaan BNPL, melainkan sebagai kapasitas untuk memahami fitur, manfaat, risiko, dan dampak layanan tersebut Sebelum mengambil keputusan. Mahasiswa yang melek Keuangan biasanya mampu mengenali BNPL sebagai instrumen yang bermanfaat untuk manajemen arus kas jangka pendek, asalkan digunakan secara terencana dan selaras dengan kemampuan finansial mereka. Dengan kata lain, Literasi Keuangan yang lebih tinggi memungkinkan mahasiswa menggunakan BNPL secara lebih bijaksana dan rasional, bukan sekadar terdorong oleh impuls belanja yang tidak terkontrol. Temuan ini selaras dengan pandangan Stolper dan Walter (2017) yang menyatakan bahwa literasi keuangan mendorong kualitas pengambilan keputusan finansial. Relevansi temuan ini juga dikonfirmasi oleh Arisandy et al. (2025) serta Nathanael dan Chami (2026), yang menemukan bahwa pemahaman Keuangan mempengaruhi cara individu memanfaatkan layanan Keuangan digital. Oleh karena itu, tingkat Literasi Keuangan yang tinggi tidak harus berarti pengurangan penggunaan BNPL; sebaliknya, dapat mendorong pemanfaatan layanan tersebut secara lebih cerdas, terencana, dan sesuai kapasitas.

Variabel Gaya Hidup terbukti memberikan pengaruh yang positif dan sangat signifikan terhadap Keputusan Penggunaan BNPL, tercermin dari nilai signifikansi 0,000 dan koefisien regresi 0,627. Nilai *standardized beta* sebesar 0,606 mempertegas bahwa Gaya Hidup merupakan variabel dengan daya prediksi terbesar dalam model penelitian ini. Temuan ini mengindikasikan bahwa keputusan mahasiswa menggunakan BNPL lebih banyak digerakkan oleh orientasi gaya hidup, kebiasaan belanja, dan dorongan untuk mengikuti tren yang berkembang di lingkungan sekitar mereka. Sebagai bagian dari generasi yang tumbuh dalam arus informasi digital, mahasiswa secara intensif terpapar pada konten media sosial, iklan digital, dan berbagai stimulus konsumsi yang dapat membentuk perilaku belanja mereka. Dalam ekosistem seperti ini, BNPL dipersepsikan sebagai opsi pembayaran alternatif yang memudahkan akuisisi barang atau jasa tanpa keharusan membayar tunai di muka. Aksesibilitas yang tinggi, ragam metode cicilan, serta kehadiran BNPL di berbagai platform belanja daring semakin memperkuat minat mahasiswa untuk mengadopsi fasilitas ini. Temuan ini sejalan dengan pandangan Solomon et al. (2019) yang mendefinisikan gaya hidup sebagai cerminan dari aktivitas, minat, dan opini seseorang. Kesesuaian dengan hasil Putri dan Priantilianingtiasari (2024) serta Avivi Hilwana, Widyastuti, dan Noviarini (2026) juga terlihat jelas, di mana gaya hidup terbukti berkorelasi positif dengan perilaku konsumtif dan penggunaan layanan *paylater*. Dominannya

pengaruh Gaya Hidup menegaskan bahwa faktor-faktor sosial dan budaya dalam ekosistem digital memegang peran krusial dalam membentuk keputusan penggunaan BNPL.

Berbeda dengan dua variabel Sebelumnya, *Self-efficacy* tidak terbukti memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan BNPL. Nilai signifikansi sebesar 0,096 yang melampaui ambang batas 0,05 mengindikasikan bahwa keyakinan mahasiswa terhadap kemampuan pengelolaan Keuangan pribadi mereka belum menjadi faktor penentu utama dalam keputusan menggunakan layanan kredit digital ini. Secara teoretis, individu yang percaya diri atas kemampuan finansialnya seharusnya lebih selektif dalam mengambil keputusan kredit. Namun dalam konteks penelitian ini, keputusan menggunakan BNPL tampaknya lebih banyak dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal—seperti kemudahan akses, agresivitas promosi, kemajuan teknologi digital, dan modernitas gaya hidup—dibandingkan oleh keyakinan internal individu dalam mengelola Keuangan. Kondisi ini mengisyaratkan bahwa meskipun mahasiswa merasa kompeten dalam hal Keuangan, mereka tetap menggunakan BNPL karena menilai layanan tersebut memberikan manfaat nyata dan memudahkan pemenuhan kebutuhan konsumsi sehari-hari. Perbedaan dengan temuan Surya dan Evelyn (2023) serta Islamiyah dan Widodo (2025) kemungkinan besar disebabkan oleh perbedaan profil responden, konteks penelitian, serta normalisasi kredit digital yang semakin menguat di kalangan generasi muda.

Pengujian simultan menegaskan bahwa Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan *Self-efficacy* secara kolektif memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Penggunaan BNPL, dengan nilai signifikansi 0,000 dan F hitung 39,098. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,536 mengindikasikan bahwa 53,6% variasi dalam keputusan penggunaan BNPL dapat dijelaskan oleh Ketiga variabel ini, Sementara 46,4% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak masuk dalam model. Temuan ini menekankan bahwa keputusan menggunakan BNPL merupakan fenomena kompleks yang dipengaruhi oleh interaksi dimensi kognitif, sosial, dan psikologis, meskipun gaya hidup terbukti menjadi variabel paling dominan. Hasil ini semakin memperkuat Pendekatan *Behavioral Finance* yang menegaskan bahwa keputusan Keuangan tidak selalu bersifat rasional, melainkan juga dibentuk oleh dinamika lingkungan sosial, kebiasaan konsumsi, dan persepsi kemudahan akses terhadap layanan finansial.

SIMPULAN DAN SARAN

SIMPULAN

Penelitian ini dirancang untuk mengkaji kontribusi Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan *Self-efficacy* terhadap Keputusan Penggunaan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, diperoleh kesimpulan bahwa Literasi Keuangan dan Gaya Hidup keduanya berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan BNPL. Sementara itu, variabel *Self-efficacy* tidak terbukti memberikan pengaruh yang bermakna secara statistik. Pengaruh positif Literasi Keuangan menandakan bahwa mahasiswa dengan pemahaman finansial yang lebih baik

cenderung mampu mempertimbangkan berbagai aspek secara lebih komprehensif sebelum memutuskan untuk menggunakan BNPL—mencakup manfaat yang diperoleh, risiko yang mungkin muncul, serta konsekuensi finansial jangka panjang yang menyertainya. Temuan ini memperlihatkan bahwa Literasi Keuangan tidak serta-merta mendorong seseorang untuk menghindari kredit digital, melainkan justru membekali pengguna dengan kemampuan untuk memanfaatkannya secara lebih bijaksana, terencana, dan disesuaikan dengan kondisi keuangan yang dimiliki.

Di antara ketiga variabel yang diuji, Gaya Hidup terbukti menjadi faktor yang paling dominan pengaruhnya terhadap keputusan penggunaan BNPL. Temuan ini menunjukkan bahwa kecenderungan mengikuti tren, tingginya intensitas konsumsi digital, modernitas pola belanja, dan kuatnya pengaruh lingkungan sosial berkontribusi lebih besar dibandingkan faktor lainnya dalam mendorong adopsi layanan BNPL. Ini sekaligus mempertegas bahwa keputusan finansial mahasiswa tidak semata-mata ditentukan oleh kalkulasi ekonomi yang rasional, tetapi juga tunduk pada tekanan sosial dan budaya konsumsi digital yang semakin kuat. Berbeda dengan dua variabel Sebelumnya, *Self-efficacy* tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan BNPL. Hasil ini mengisyaratkan bahwa keyakinan mahasiswa terhadap kemampuan pengelolaan keuangan pribadi belum menjadi pertimbangan utama dalam keputusan menggunakan kredit digital.

Faktor-faktor seperti kemudahan akses, fleksibilitas pembayaran, promosi digital, dan kebutuhan konsumsi tampaknya memiliki daya tarik yang lebih besar dibandingkan keyakinan psikologis individu. Secara simultan, ketiga variabel—Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan *Self-Efficacy*—terbukti berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan BNPL, dengan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,536 yang mengindikasikan bahwa 53,6% variasi keputusan penggunaan BNPL dapat dijelaskan oleh model. Adapun 46,4% variasi lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar model penelitian. Secara teoretis, penelitian ini mendukung Pendekatan *Behavioral Finance* yang menegaskan bahwa keputusan finansial tidak selalu bersifat rasional murni. Dalam konteks mahasiswa, dominannya pengaruh gaya hidup membuktikan bahwa penggunaan BNPL tidak hanya berkaitan dengan kapasitas pemahaman keuangan, tetapi juga erat dengan dinamika sosial dan budaya konsumsi yang berkembang dalam ekosistem digital.

SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, disarankan bagi mahasiswa untuk meningkatkan pemahaman tentang keuangan agar dapat mengerti manfaat, risiko, serta dampak penggunaan layanan pembelian sekarang dan membayar nanti (BNPL). Selain itu, mahasiswa juga perlu mengelola uang mereka dengan lebih baik dengan membuat rencana pengeluaran, menentukan urutan kebutuhan yang paling penting, dan menggunakan layanan BNPL dengan bijak sesuai dengan kemampuan finansial mereka.

Perguruan tinggi dianjurkan untuk memperkuat program literasi keuangan dengan mengadakan seminar, pelatihan, atau mengintegrasikan materi tentang pengelolaan keuangan pribadi ke dalam kegiatan akademik dan kehidupan kemahasiswaan. Karena gaya hidup terbukti menjadi faktor utama

yang memengaruhi keputusan menggunakan layanan BNPL, maka program pembelajaran juga harus ditujukan untuk membentuk pola belanja yang seimbang, meningkatkan pemahaman mengenai dampak dari gaya hidup konsumtif, serta mendorong mahasiswa agar lebih cerdas dalam menggunakan fasilitas kredit digital.

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi bagi penyedia layanan BNPL untuk meningkatkan pemahaman pengguna dengan memberikan informasi yang mudah dipahami mengenai biaya, bunga, denda, batas kredit, serta risiko yang mungkin terjadi jika penggunaan BNPL dilakukan secara berlebihan. Penyedia layanan juga diharapkan terus meningkatkan fitur-fitur yang bisa membantu pengguna dalam mengatur pengeluaran dan pembayaran dengan lebih bijak.

Bagi peneliti yang ingin melanjutkan penelitian ini, dianjurkan untuk mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel-variabel lain yang mungkin berpengaruh terhadap keputusan penggunaan BNPL, seperti sikap finansial, perilaku finansial, kontrol diri, persepsi risiko, kemudahan dalam menggunakan layanan (*perceived ease of use*), manfaat yang dipersepsikan (*perceived usefulness*), pengaruh dari teman sebaya (*peer influence*), serta dampak dari promosi digital. Selain itu, penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan sampel responden yang lebih banyak dan melibatkan berbagai universitas atau daerah yang berbeda, sehingga hasil penelitian bisa diterapkan atau digunakan oleh lebih banyak orang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariisandy, dkk, (2025). Pengaruh financial literacy, financial attitude, dan hedonistic lifestyle terhadap financial management behavior pengguna PayLater. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 101(11), 4194–4204.
- Aviivii Hilwana, A. H., Widyastuti, U., & Noviarini, D. (2026). Pengaruh Literasi Keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee PayLater: Peran moderasi kontrol diri pada Generasi Z. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(1), 422–437.
- Baddeley, M. (2010). *Herding, social influence and economic decision-making: Socio-psychological perspectives on financial bubbles*. Cambridge University Press.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. W. H. Freeman and Company.
- Fitriyah, C. K., & Putri, R. N. A. (2024). Sharia financial literacy and religiousness on consumption behavior of Generation Z students with mediation variables for paylater use. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(4), 7104–7117.
- Islamiyah, M. A., & Widodo, H. (2025). The influence of financial literacy, financial self-efficacy, and social norms on risk credit behavior in paylater users. *Journal of Economic and Economic Policy*, 2(2), 105–127. <https://doi.org/10.61796/ijeicp.v2i2.62>
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*.
- Furrebø, E. F., & Nyhus, E. K. (2022). Financial self-efficacy, financial literacy, and gender: A review. *Journal of Consumer Affairs*, 56(2), 743–765.
- Miftahullillah, D., Rahmat, P. S., & Suryani, Y. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku Keuangan melalui *self-efficacy* sebagai variabel mediasi. *Cakrawala*, 6(5), 2104–2115.
- Nathanael, A. C., & Cham, K. C. (2026). Buy Now Pay Later adoption, financial literacy, and perceived financial well-being among young adults in Tanzania. *Journal of Financial Innovation*, 4(1), 1–15.

- Putrii, J. O. A., & Riizal, M. (2026). Pengaruh BNPL (*Buy Now Pay Later*), Literasi Keuangan dan gaya hidup terhadap peingelolaan Keuangan mahasiswa Kota Medan dalam penggunaan ei-commerce. *Jurnal Spektrum Ekonomi*, 9(1), 97–102.
- Putrii, R. A., & Priantilianingtiasarii, F. (2024). Pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa peingguna layanan PayLater. *Jurnal Ekonomi Digital*, 6(2), 120–131.
- Raut, R. K., & Das, N. (2017). Herding behaviour in investment decision making: A review. *Journal of Financial Change*, 12(2), 45–58.
- Reifsi, F., & Mukti Soma, A. (2025). The influence of performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, and financial literacy on use behavior of *Buy Now Pay Later* services with behavior intention as a mediating variable among Generation Z in Bandung. *International Journal of Educational Research & Social Sciences*, 6(2), 281–286.
- Saputrii, R. A., & Fathihanii. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, penggunaan paylater, dan pendapatan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Indonesia. *Hatta: Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, 3(2), 124–139.
- Seityaniingsih, D., Nugroho, A., & Praseityo, B. (2025). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan layanan digital pada generasi muda. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 24(1), 45–58.
- Solomon, M. R. (2024). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (edisi terbaru).
- Furrebøe, E. F., & Nyhus, E. K. (2022). Financial self-efficacy, financial literacy, and gender: A review. *Journal of Consumer Affairs*, 56(2), 743–765. <https://doi.org/10.1111/joca.12436>
- Surya, N., & Evelyln, Ei. (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>
- Susantii, M. S., Alpiansah, R., Deithan, S. H., Anggriani, R., & Wiidiyastii, B. D. (2025). Literasi Keuangan dan persepsi risiko Keuangan terhadap keputusan penggunaan layanan SPayLater. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 2460–2466.
- Keuangan Pribadi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pancasila. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 14(1), 064–070. <https://doi.org/10.33751/jmp.v14i1.25>
- Pradisa, R., Amelia Tirana Sita, Elfin Krisdayanti Hia, Fachruli Hayu Biyantarmelia, & Dian Widiyati. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Self Efficacy, dan Lifestyle terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Mahasiswa/I Akuntansi. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi*, 4(2), 1140–1156. <https://doi.org/10.30640/jumma45.v4i2.5211>
- Harefa, R. A. ., & Susyani, N. . (2026). Pengaruh Literasi Keuangan, Locus of Control dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Keuangan Pada Mahasiswa Pengguna Paylater di Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Jenderal Achmad Yani. *Permana : Jurnal Perpajakan, Manajemen, Dan Akuntansi*, 17(3), 3310–3322. <https://doi.org/10.24905/permana.v17i3.1463>
- Hayati, C. B., & Izza, B. A. (2026). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Penggunaan Shopee PayLater terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Revolusioner*, 8 (8), 94-99. <https://eco.ojs.co.id/index.php/jer/article/view/389>