

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, FINANCIAL PLANNING, DAN PRILAKU KONSUMTIF TERHADAP PENGGUNAAN BUY NOW PAYLATER (BNPL) PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

Takiya Muchtarisa¹, Sri Brahmayanti²

Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,
Indonesia

takiyatarisa@gmail.com , brahmayanti@untag-sby.ac.id

Abstract

This study aims to analyze and examine the effects of Financial Literacy, Financial Planning, and Consumptive Behavior on the use of Buy Now Pay Later (BNPL) services among 100 Management students at Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. In addition, Consumptive Behavior demonstrates the strongest significant effect on BNPL usage, with a t-value of 12.424 > 1.66 and a significance level of 0.000 < 0.05. The higher the level of students' consumptive behavior, the greater their tendency to use Buy Now Pay Later services. Simultaneously, Financial Literacy, Financial Planning, and Consumptive Behavior have a significant effect on BNPL usage, as shown by the F-test results with an F-value of 61.814, which is greater than the F-table value of 2.669, and a significance level of 0.000 < 0.05. The coefficient of determination indicates that Financial Literacy, Financial Planning, and Consumptive Behavior explain 64.8% of the variation in BNPL usage, while the remaining 35.2% is influenced by other factors not examined in this study.

Keywords: Financial Literacy, Financial Planning, Consumptive Behavior, Buy Now Pay Later (BNPL).

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh Literasi Keuangan, Financial Planning, dan Perilaku Konsumtif terhadap penggunaan layanan Buy Now Pay Later (BNPL) terhadap penggunaan BNPL pada 100 mahasiswa Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Variabel Financial Planning juga terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan BNPL dengan nilai t hitung sebesar 7,523 > t tabel 1,66 dan signifikansi 0,000 < 0,05. Artinya, kemampuan mahasiswa dalam merencanakan keuangan berperan penting dalam mengendalikan penggunaan layanan kredit digital. Selain itu, Perilaku Konsumtif menunjukkan pengaruh signifikan paling kuat terhadap penggunaan BNPL, dengan nilai t hitung sebesar 12,424 > t tabel 1,66 dan signifikansi 0,000 < 0,05. Semakin tinggi tingkat perilaku konsumtif mahasiswa, semakin besar kecenderungan mereka menggunakan layanan Buy Now Pay Later. Secara simultan, ketiga variabel independen berpengaruh signifikan terhadap penggunaan BNPL, dibuktikan melalui uji F dengan nilai F hitung sebesar 61,814 > F tabel 2,669 dan signifikansi 0,000 < 0,05. Koefisien determinasi menunjukkan bahwa Literasi Keuangan, Financial Planning, dan Perilaku Konsumtif mampu menjelaskan 64,8% variasi penggunaan BNPL, sementara 35,2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Article history

Received: Desember 2025

Reviewed: Desember 2025

Published: Desember 2025

Plagiarism checker no 80

Doi : prefix doi :
[10.8734/musytari.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/musytari.v1i2.365)

Copyright : author

Publish by : musytari

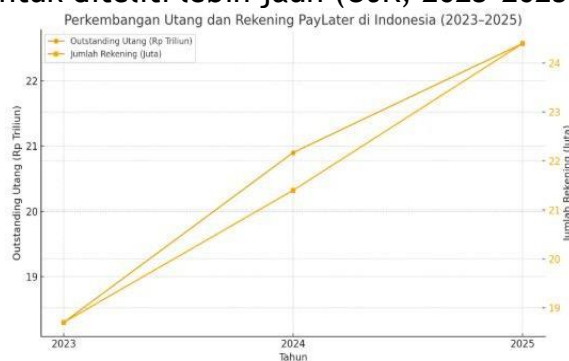


This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Financial Planning, Perilaku Konsumtif, Buy Now PayLater,

1. Pendahuluan

Dalam beberapa tahun terakhir, kemajuan teknologi digital di Indonesia berkembang sangat cepat, terutama pada sektor keuangan. Digitalisasi mendorong lahirnya beragam inovasi layanan keuangan berbasis teknologi atau financial technology (fintech) yang menawarkan kemudahan, efisiensi waktu, serta fleksibilitas dalam bertransaksi. Salah satu produk fintech yang menunjukkan peningkatan pesat adalah layanan Buy Now Pay Later (BNPL). BNPL memfasilitasi untuk para pelanggan memperoleh apa yang dibutuhkan lalu bisa membayar di kemudian waktu berikutnya melalui skema cicilan tanpa memerlukan kartu kredit. Kemudahan akses, proses pendaftaran yang relatif sederhana, serta integrasi dengan berbagai platform e-commerce menjadikan PayLater sangat diminati oleh masyarakat, khususnya generasi muda dan mahasiswa. Berbeda dengan kartu kredit konvensional yang memerlukan persyaratan administratif yang cukup ketat, PayLater dapat diakses hanya dengan verifikasi data pribadi dan akun digital. Hal inilah yang menyebabkan PayLater berkembang pesat dan digunakan secara luas dalam berbagai kebutuhan, mulai dari pembelian barang konsumsi, tiket transportasi, pemesanan hotel, hiburan, hingga kebutuhan gaya hidup lainnya. Namun, di balik kemudahan yang ditawarkan, penggunaan PayLater juga menimbulkan berbagai tantangan dan risiko keuangan. Fenomena yang terjadi menunjukkan bahwa banyak mahasiswa memanfaatkan PayLater tidak hanya untuk kebutuhan mendesak, tetapi juga untuk kebutuhan yang bersifat sekunder dan konsumtif. Kondisi ini mencerminkan lemahnya pengendalian diri, rendahnya pemahaman terhadap risiko utang digital, serta kurang optimalnya pengelolaan keuangan pribadi di kalangan mahasiswa. Jika tidak dikelola secara bijak, penggunaan PayLater berpotensi menimbulkan permasalahan keuangan seperti akumulasi utang, keterlambatan pembayaran, hingga gangguan stabilitas keuangan jangka panjang. Menurut data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), terdapat banyak pengguna paylater di Indonesia, dan hal ini menjadikannya penting untuk diteliti lebih jauh (OJK, 2023-2025).



Gambar 1. Data Grafik Perkembangan Paylater Indonesia (Data OJK 2023-2025)

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, 2023-2025;BeritaSatu, 2025, Liputan6, 2024, AntaraNews, 2025

Data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan bahwa penggunaan layanan PayLater terus meningkat secara signifikan, outstanding utang PayLater meningkat secara signifikan, seiring dengan bertambahnya jumlah rekening aktif pengguna. Pada tahun 2023, nilai outstanding utang PayLater tercatat sekitar Rp18,3 triliun dan meningkat menjadi Rp20,9 triliun pada tahun 2024, hingga mencapai Rp22,57 triliun pada tahun 2025. Sementara itu,

jumlah rekening aktif PayLater meningkat dari 18,7 juta rekening pada tahun 2023 menjadi 24,4 juta rekening pada tahun 2025. Tren ini menunjukkan bahwa PayLater telah menjadi bagian dari pola konsumsi masyarakat modern, khususnya di kalangan generasi muda yang akrab dengan teknologi digital. Peningkatan penggunaan PayLater tersebut membawa implikasi penting terhadap perilaku keuangan masyarakat. Di satu sisi, PayLater memberikan kemudahan transaksi dan meningkatkan inklusi keuangan. Namun, di sisi lain, penggunaan yang tidak terkendali dapat menimbulkan risiko ketergantungan terhadap utang jangka pendek serta menurunnya kemampuan pengelolaan keuangan pribadi. Oleh karena itu, fenomena ini menjadi penting untuk dikaji lebih mendalam, khususnya dengan meninjau faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan PayLater di kalangan mahasiswa. Literasi keuangan, perencanaan keuangan, dan perilaku konsumtif memengaruhi penggunaan PayLater. Literasi dan perencanaan keuangan membantu pengambilan keputusan yang bijak, sedangkan perilaku konsumtif mendorong pembelian impulsif. OJK berupaya meningkatkan literasi keuangan agar masyarakat mampu menggunakan layanan keuangan digital secara bertanggung jawab.

Beberapa penelitian menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dalam mengendalikan penggunaan PayLater dan mengurangi pembelian impulsif. Namun, penelitian lain menunjukkan bahwa literasi keuangan justru berpengaruh negatif terhadap penggunaan PayLater, di mana individu dengan literasi keuangan tinggi cenderung menghindari layanan tersebut. Perbedaan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan antara literasi keuangan dan penggunaan BNPL belum dapat disimpulkan secara pasti dan masih memerlukan kajian lebih lanjut.

Selain itu, penelitian yang mengkaji pengaruh literasi keuangan, financial planning, dan perilaku konsumtif secara simultan terhadap penggunaan Buy Now Pay Later masih relatif terbatas. Padahal, mahasiswa manajemen memiliki latar belakang keilmuan yang berkaitan erat dengan keuangan dan pengambilan keputusan ekonomi, sehingga menarik untuk dikaji bagaimana ketiga faktor tersebut memengaruhi perilaku mereka dalam menggunakan layanan PayLater.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan guna menganalisis dan membuktikan pengaruh literasi keuangan, perencanaan keuangan, dan perilaku konsumtif terhadap penggunaan Buy Now Pay Later pada mahasiswa. Secara teoritis, penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya kajian keuangan perilaku dengan mengintegrasikan aspek literasi keuangan, perencanaan keuangan, dan perilaku konsumtif dalam konteks penggunaan layanan kredit digital.

Atas dasar uraian tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Planning, dan Perilaku Konsumtif terhadap Penggunaan Buy Now Pay Later (BNPL) pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.”

2. Tinjauan Pustaka Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan merupakan fungsi manajerial. Aktivitas manajemen keuangan mencakup perencanaan kebutuhan dana, penyusunan anggaran, pengelolaan arus kas, pengambilan keputusan investasi, penentuan sumber pendanaan, pengawasan pengeluaran, serta kebijakan dividen.

Agusnia Wati et al. (2022) menyatakan bahwa manajemen keuangan bertujuan untuk meningkatkan laba perusahaan melalui pengelolaan dana yang sistematis dan terstruktur. Sementara itu, Fauzi (2024) mendefinisikan manajemen keuangan sebagai kegiatan memperoleh dan menggunakan dana secara tepat agar tujuan perusahaan dapat tercapai secara optimal. Berdasarkan pandangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa manajemen keuangan merupakan proses strategis dalam mengelola keuangan agar keberlangsungan dan kinerja organisasi tetap terjaga.

Tujuan utama manajemen keuangan meliputi peningkatan laba, pengelolaan keuangan yang sehat, menjaga keberlanjutan organisasi, memperkuat kerja sama antarbagian, serta meminimalkan biaya peminjaman (Fauzi, 2024). Dalam praktiknya, manajemen keuangan menjalankan fungsi perencanaan keuangan, pengelolaan anggaran, pengawasan keuangan, serta pengambilan keputusan strategis terkait investasi dan pendanaan (Efendy et al., 2025).

Laporan Keuangan

Laporan keuangan berfungsi sebagai media komunikasi kondisi keuangan perusahaan. Sementara itu, Prazadhea dan Fitriyah (2023) menyatakan bahwa laporan keuangan merupakan ringkasan transaksi keuangan selama periode tertentu yang disusun sebagai bentuk pertanggungjawaban manajemen kepada pemilik dan stakeholder. Tujuannya antara lain mengakses laporan, perusahaan, perubahan aktiva, pasiva, serta pendapatan dan biaya, serta evaluasi kinerja manajemen dalam suatu periode (Ramadhani, 2025).

Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan kapasitas individu yang meliputi pemahaman, keterampilan, serta kepercayaan diri dalam mengelola keuangan secara tepat. Menurut (Otoritas Jasa Keuangan, 2023), literasi keuangan diartikan sebagai kemampuan yang memengaruhi sikap dan perilaku seseorang dalam menentukan keputusan finansial. Sementara itu, (Sohilauw et al., 2023) menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki peran strategis dalam menjaga kestabilan kondisi keuangan individu sekaligus mendukung pertumbuhan ekonomi nasional.

Manfaat utama literasi keuangan adalah mengurangi risiko masalah keuangan, meningkatkan kehati-hatian dalam berutang, serta mendorong pengambilan keputusan keuangan yang rasional (Dwitri & Pradikto, 2025). OJK mengelompokkan literasi keuangan ke dalam tiga aspek, yaitu pengetahuan (knowledge), keterampilan (skill), dan keyakinan (confidence).

Indikator literasi keuangan meliputi pemahaman nilai barang, pengetahuan investasi, kesiapan masa depan, kemampuan membandingkan produk keuangan, serta prioritas dalam pengelolaan keuangan pribadi (Setianingsih & Kurnianingsih, 2024).

Financial Planning

Financial planning atau perencanaan keuangan merupakan proses penyusunan strategi keuangan secara sistematis untuk mencapai tujuan finansial jangka pendek dan jangka panjang. Rahmawati Anwar et al. (2024) menyatakan bahwa perencanaan keuangan membantu individu mengelola pendapatan, pengeluaran, tabungan, dan investasi secara terstruktur. Maria Florensa et al. (2024) menambahkan bahwa financial planning mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi pengelolaan keuangan secara berkelanjutan.

Manfaat financial planning antara lain meningkatkan keteraturan pengelolaan keuangan, memperbaiki kualitas pengambilan keputusan finansial, mengoptimalkan pendapatan, mempermudah perencanaan investasi, serta menciptakan rasa aman dalam menghadapi masa depan (Nursalim, 2025). Indikator financial planning mencakup evaluasi kondisi keuangan,

penetapan tujuan keuangan, penyusunan anggaran, evaluasi keputusan finansial, dan implementasi rencana keuangan (Setianingsih & Kurnianingsih, 2024).

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu untuk melakukan pembelian secara berlebihan, impulsif, dan tidak berdasarkan kebutuhan. Melinda et al. (2022) menyatakan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh faktor sosial, emosional, dan gaya hidup. Pohan et al. (2022) menegaskan bahwa perilaku ini banyak ditemukan di kalangan mahasiswa akibat tekanan lingkungan dan tren konsumsi digital.

Faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif terbagi kelas sosial, promosi, dan lingkungan sosial (Sholehah & Amaniyah, 2024). Indikator perilaku konsumtif meliputi pembelian karena diskon, orientasi merek, gengsi sosial, serta dominasi keinginan dibanding kebutuhan (Widhiastuti, 2024).

Penggunaan Buy Now Pay Later (BNPL)

Layanan kredit digital berbasis teknologi yang memungkinkan konsumen melakukan pembelian dengan sistem pembayaran cicilan atau tunda bayar. OJK mendefinisikan PayLater sebagai layanan pembiayaan digital yang terintegrasi dengan platform e-commerce. Saad et al. (2025) menyatakan bahwa BNPL memberikan fleksibilitas dan kemudahan akses bagi konsumen tanpa memerlukan kartu kredit.

Manfaat BNPL antara lain kemudahan transaksi, fleksibilitas tenor pembayaran, serta akses penggunaan kapan saja dan di mana saja (Ihsani, 2023). Indikator penggunaan BNPL mencakup kemudahan penggunaan, kegunaan yang dirasakan, intensitas penggunaan, dan sikap terhadap layanan (Zein & Sartika, 2025).

3. Metodologi Penelitian

Jenis Penelitian

Dalam studi yang akan diteliti menggunakan deskriptif kuantitatif yang tujuannya memaparkan serta menjelaskan kondisi atau fenomena tertentu secara sistematis berdasarkan data numerik yang diperoleh. serta menganalisis fenomena secara sistematis, faktual, dan akurat berdasarkan data numerik yang diperoleh dari responden (Setyawati et al., 2022). Pendekatan ini digunakan untuk menguji pengaruh Literasi Keuangan, Financial Planning, dan Perilaku Konsumtif terhadap pemanfaatan layanan Buy Now Pay Later (BNPL).

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang beralamat di Jalan Semolowaru No. 45, Kecamatan Sukolilo, Kota Surabaya, Jawa Timur. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Oktober hingga November 2025.

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya angkatan 2022-2025, dengan jumlah total sebanyak 927 mahasiswa. Pemilihan populasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa mahasiswa merupakan kelompok usia produktif yang aktif menggunakan layanan keuangan digital dan rentan terhadap perilaku konsumtif.

Sampel

Syarat/kriteria responden yang dibutuhkan yaitu Memiliki pengalaman menggunakan layanan Buy Now Pay Later (PayLater) setidaknya satu kali. Bersedia berpartisipasi sebagai responden dengan mengisi kuesioner secara lengkap.

Banyaknya sampel dilihat dengan memakai rumus slovin di kesalahan 10% lalu diperoleh banyaknya sampel minimal di 91 responden Guna meningkatkan ketelitian dan keandalan data, jumlah tersebut kemudian dibulatkan menjadi 100 responden.

Teknik Pengambilan Sampel

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner yang disusun berdasarkan indikator dari setiap variabel penelitian dan didistribusikan secara online menggunakan Google Form. Hasil jawaban responden menggunakan skala likert. Proses analisis memakai bantuan perangkat lunak SPSS versi 25. Tahapan analisis bertujuan guna menguji pengaruh Literasi Keuangan (X_1), Financial Planning (X_2), dan Perilaku Konsumtif (X_3) terhadap penggunaan BNPL (Y).

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Hasil Penelitian

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Literasi Keuangan

Variabel	Pertanyaan	Pearson Correlation	Kesimpulan
LITERASI KEUANGAN (X_1)	X1.1	0,753	Valid
	X1.2	0,719	Valid
	X1.3	0,705	Valid
	X1.4	0,591	Valid
	X1.5	0,713	Valid
	X1.6	0,677	Valid

Sumber: Lampiran 7 (Uji Validitas X_1)

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa nilai korelasi pada variabel Literasi Keuangan (X_1) yakni berkisar 0,591 hingga 0,753.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Literasi Keuangan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,784	6

Sumber: Lampiran 7 (Uji Reliabilitas X_1)

Dari uji diatas dilihat hasil uji realibilitas indikator variabel literasi keuangan (X_1) menunjukkan nilai 0,784 maka dapat disimpulkan $0,784 > 0,6$ sehingga item pertanyaan yang telah diajukan dinyatakan reliabel.

Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel *Financial Planning* (X_2)

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel *Financial Planning*

Variabel	Pertanyaan	Pearson Correlation	Kesimpulan
FINANCIAL PLANNING (X2)	X2.1	0,622	Valid
	X2.2	0,622	Valid
	X2.3	0,720	Valid
	X2.4	0,637	Valid
	X2.5	0,729	Valid
	X2.6	0,657	Valid
	X2.7	0,743	Valid
	X2.8	0,675	Valid

Sumber: Lampiran 7 (Uji Validitas X2)

Nilai koefisien korelasi di X₂ berada pada rentang 0,622 hingga 0,743. Dapat disimpulkan bahwa variabel X₂ dinyatakan valid, karena hubungan antarindikator telah memenuhi batas minimum koefisien korelasi sebesar 0,30 serta memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Financial Planning*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,831	8

Sumber: Lampiran 7 (Uji Reliabilitas X2)

Dari uji diatas diketahui bahwa hasil dari pengujian yang dilakukan terhadap reliabilitas variabel *financial Planning* menunjukkan nilai 0,831 > 0,6 sehingga item pernyataan yang diajukan masuk kriteria reliabel.

Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Perilaku Konsumtif (X3)

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Reliabilitas Variabel Konsumtif (X3)

Variabel	Pertanyaan	Pearson Correlation	Kesimpulan
PRILAKU KONSUMTIF (X3)	X3.1	0,735	Valid
	X3.2	0,692	Valid
	X2.3	0,361	Valid
	X3.4	0,355	Valid
	X3.5	0,835	Valid
	X3.6	0,844	Valid
	X3.7	0,833	Valid
	X3.8	0,850	Valid

Sumber: Lampiran 7 (Uji Validitas X3)

Dari tabel diatas dapat dilihat nilai korelasi Perilaku Konsumtif berada pada rentang

0,355 hingga 0,850. Seluruh nilai tersebut termasuk dalam kategori hubungan yang kuat hingga sangat kuat. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel X_3 dinyatakan valid, karena hubungan antarindikator telah memenuhi batas minimum koefisien korelasi sebesar 0,30 serta memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05.

Uji Reliabilitas Variabel Prilaku Konsumtif

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Prilaku Konsumtif

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,860	8

Sumber: Lampiran 7 (Uji Reliabilitas X_3)

Berdasarkan tabel 6 dapat diketahui bahwa hasil dari pengujian reliabilitas indikator variabel Prilaku Konsumtif (X_3) menunjukkan nilai 0,860, maka dapat disimpulkan $0,860 > 0,6$ sehingga item pertanyaan yang telah diajukan dinyatakan reliabel.

Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Penggunaan *Buy Now PayLater*

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Variabel Penggunaan *Buy Now PayLater*

Variabel	Pertanyaan	Pearson Correlation	Kesimpulan
PENGGUNAAN BUY NOW PAYLATER (Y)	Y1.1	0,769	Valid
	Y1.2	0,740	Valid
	Y1.3	0,725	Valid
	Y1.4	0,832	Valid
	Y1.5	0,755	Valid
	Y1.6	0,859	Valid
	Y1.7	0,832	Valid
	Y1.8	0,817	Valid

Sumber: Lampiran 7 (Uji Validitas Y)

Berdasarkan tabel 7 dapat diketahui bahwa nilai korelasi pada variabel Penggunaan *Buy Now PayLater* (Y) yakni berkisar 0,740 hingga 0,859. Dari nilai ada di kelompok sebab akibat yang cukup kuat hingga sangat kuat. Hasil akhir variabel y ada hubunagn valid antar indikator yang mencapai minimal korelasi yaitu 0,30 dan nilai sig < 0,05.

Uji Reliabilitas Variabel Penggunaan *Buy Now PayLater*

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penggunaan *Buy Now PayLater*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,913	8

Sumber: Lampiran 7 (Uji Reliabilitas Y)

Dari data diatas dapat dilihat dari hasil realibilitas indikator Penggunaan *Buy Now PayLater* (Y) menunjukkan nilai 0, maka dapat disimpulkan $0,913 > 0,6$ sehingga item pertanyaan yang telah diajukan dinyatakan reliabel.

Tabel 9. Hasil Uji Normalitas

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>		<i>Unstandardized Residual</i>
N		100
<i>Normal Parameters a.b</i>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3,40116810
<i>Most Extreme Differences</i>	Absolute	.109
	Positive	.094
	Negative	-.109
<i>Test Statistic</i>		.109
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.005 ^c

Sumber: Lampiran 8 (Uji Normalitas)

Berdasarkan uji diatas asumsi normalitas dalam model regresi belum terpenuhi pada tahap pengujian awal. Oleh karena itu, diperlukan langkah lanjutan untuk mengatasi ketidakterpenuhan asumsi normalitas, seperti melakukan pengujian tambahan atau pendekatan alternatif, agar model regresi dapat digunakan secara tepat dalam analisis selanjutnya. Berikut disajikan hasil uji normalitas dengan menggunakan metode Monte Carlo:

Tabel 10. Hasil Uji Normalitas dengan Monte Carlo

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>		<i>standardize dResidual</i>
N		100
<i>Normal Parameters a.b</i>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3,40116810
<i>Most Extreme Differences</i>	Absolute	.109
	Positive	.094
	Negative	-.109

<i>Test Statistic</i>			.109
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>			.005 ^c
<i>Monte Carlo Sig. (2- tailed)</i>	<i>Sig.</i>		.171 ^d
	<i>99% Confidence Interval</i>	<i>Lower Bound</i>	.161
		<i>Upper Bound</i>	.181

Sumber: Lampiran 8 (Uji Normalitas)

Berdasarkan hasil diatas, didapatkan residual dari uji tersebut telah memenuhi asumsi normalitas. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi awal sebesar 0,005 yang setelah dilakukan uji Monte Carlo meningkat menjadi 0,171, dimana $>0,05$. Dengan demikian, hasil akhir residual uji ini yaitu berdistribusi normal

Uji Multikolinearitas

Berdasarkan hasil olah data yang telah menggunakan program IBM SPSS 25, sehingga didapatkan data hasil Uji Multikolinieritas sebagai berikut:

Tabel 11. Hasil Uji Multikolinearitas

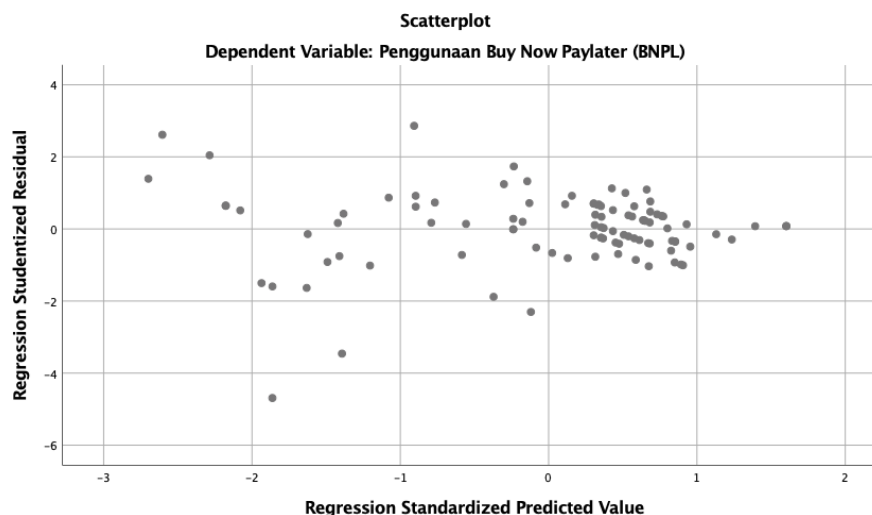
<i>Coefficients^a</i>			
<i>Model</i>		<i>Collinearity Statistics</i>	
		<i>Tolerance</i>	VIF
1	X1_Literasi Keuangan	.752	1.329
	X2_Financial Planning	.607	1.648
	X3_Prilaku Konsumtif	.637	1.569

Sumber: Lampiran 8 (Uji Multikolinearitas)

Berdasarkan tabel 11 dapat diketahui bahwa seluruh variabel yang digunakan menunjukkan nilai VIF <10 dan juga nilai *Tolerance* $>0,1$. Dengan data yang dihasilkan tersebut dapat disimpulkan tidak terjadi gejala Multikolinearitas.

Uji Heterokedastisitas

Gambar 2. Hasil Uji Heterokedastisitas metode Scatterplot



Sumber: Lampiran 8 (Uji Heterokedastisitas)

Berdasarkan Gambar 2 dapat diketahui bahwa seluruh variabel yang digunakan menunjukkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas, karena tidak ada pola tertentu dengan jelas, kemudian titik titik menyesuaikan di atas dan di bawah 0 pada sumbu Y.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 12. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	3.453	2.701
Literasi Keuangan	0.772	0.092
Financial Planning	0.693	0.092
Perilaku Konsumtif	0.771	0.062

Sumber: Lampiran 9 (Analisis Regresi Linier Berganda)

Berdasarkan tabel di atas dapat diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

$$Y = 3.453 + 0.772 X_1 + 0.693 X_2 + 0.771 X_3 + e$$

Dalam penelitian ini, variabel independen atau variabel bebas yang terdiri atas Literasi Keuangan (X_1), *Financial Planning* (X_2), dan Perilaku Konsumtif (X_3) serta variabel dependen Penggunaan *Buy Now PayLater* (Y). Arti dari persamaan regresi di atas adalah sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 3.453 artinya jika Literasi Keuangan, *Financial Planning*, dan Perilaku Konsumtif, semuanya bernilai nol, maka Penggunaan *Buy Now PayLater* tetap berada pada angka 3.453. Angka ini menunjukkan bahwa meskipun

ketiga variabel bebas tidak memberikan pengaruh, Penggunaan *Buy Now PayLater* masih memiliki nilai dasar yang positif.

2. Koefisien regresi Literasi Keuangan (X1) sebesar 0.772. Artinya, apabila Literasi Keuangan meningkat sebesar 1 satuan maka Penggunaan *Buy Now Paylater* meningkat sebesar 0,772. Dengan asumsi apabila variabel lain pada penelitian ini dalam keadaan tetap atau konstanta.
3. Koefisien regresi *Financial Planning* (X2) sebesar 0.693. Artinya, apabila *Financial Planning* meningkat sebesar 1 satuan maka Penggunaan *Buy Now Paylater* meningkat sebesar 0,693. Dengan asumsi apabila variabel lain pada penelitian ini dalam keadaan tetap atau konstanta.
4. Koefisien regresi Prilaku Konsumtif (X3) sebesar 0.771 Artinya, apabila Prilaku Konsumtif meningkat sebesar 1 satuan maka Penggunaan *Buy Now Paylater* meningkat sebesar 0,771. Dengan asumsi apabila variabel lain pada penelitian ini dalam keadaan tetap atau konstanta.

Uji t(Uji Parsial)

Tabel 13. Hasil uji t (Parsial)

Model		T	Sig.	Nilai t Tabel
1	(Constant)	1.279	0.204	1.66
	Literasi Keuangan	3.400	0.000	1.66
	<i>Financial Planning</i>	7.523	0.000	1.66
	Perilaku Konsumtif	12.424	0.000	1.66

Sumber: Lampiran 9 (Uji t)

Nilai t tabel dapat diperoleh dari $df = n - k - 1$ sehingga $df = 100 - 3 - 1$

= 96 dengan taraf signifikansi 5% maka diperoleh t tabel sekitar 1.66 dengan kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Literasi Keuangan pengaruh yang tinggi terhadap Penggunaan *Buy Now PayLater*. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai t hitung $> t$ tabel yakni $3.400 > 1.66$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan *Buy Now PayLater*.
2. Variabel *Financial Planning* terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan layanan Buy Now Pay Later. Hal ini ditunjukkan oleh $7,523 > 1,66$, sehingga dapat disimpulkan bahwa *Financial Planning* berpengaruh signifikan terhadap penggunaan Buy Now Pay Later.
3. Variabel Perilaku Konsumtif juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan Buy Now Pay Later. Hal ini dibuktikan melalui nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 serta nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel ($12,424 > 1,66$), sehingga dapat disimpulkan bahwa Perilaku Konsumtif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan Buy Now Pay Later.

Uji F (Uji Simultan)

Tabel 14. Hasil uji F (Simultan)

Model		F	Sig.
1	Regression	61.814	,000b
	Residual		
	Total		

Sumber: Lampiran 9 (Uji F)

Berdasarkan tabel tersebut, variabel Literasi Keuangan, Financial Planning, dan Perilaku Konsumtif secara simultan memiliki pengaruh terhadap penggunaan layanan Buy Now Pay Later.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)Tabel 15. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.812a	.659	.648

Sumber: Lampiran 9 (Koefisien Determinasi R^2)

Dari tabel diatas, nilai adjusted R square di 0,648 Literasi Keuangan, Financial Planning, dan Perilaku Konsumtif mampu menjelaskan pengaruh terhadap penggunaan layanan Buy Now Pay Later di 64,8%, sementara sisanya di 35,2% dipengaruhi oleh faktor lainnya berada di lingkup lain dari eksperimen ini.

4.2 Pembahasan

Tingkat literasi keuangan berpengaruh terhadap pola penggunaan layanan Buy Now Pay Later (BNPL) yang menunjukkan bahwa pemahaman mahasiswa mengenai prinsip dasar keuangan, risiko kredit, serta konsekuensi dari penggunaan utang memiliki peranan penting dalam pengambilan keputusan terkait pemanfaatan BNPL. Mahasiswa dengan tingkat literasi keuangan yang baik cenderung menggunakan layanan BNPL secara lebih cermat dan rasional, karena mampu mempertimbangkan kewajiban pembayaran, potensi denda, serta dampak jangka panjang terhadap kondisi keuangan pribadi. Temuan tersebut sejalan dengan teori perilaku keuangan sejalan dengan orang yang mengerti keuangan akan mengambil langkah keuangan secara lebih bijaksana, serta memperkuat hasil penelitian Elliyana et al. (2024) yang menyimpulkan bahwa literasi keuangan dapat menekan kecenderungan perilaku impulsif dalam penggunaan layanan PayLater.

Selain literasi keuangan, financial planning juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap penggunaan BNPL. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan mahasiswa dalam merencanakan keuangan, seperti menyusun anggaran, menetapkan prioritas kebutuhan, dan menyesuaikan pengeluaran dengan kemampuan finansial, berperan penting dalam mengendalikan penggunaan kredit digital. Mahasiswa yang memiliki perencanaan keuangan yang baik cenderung menggunakan layanan BNPL secara lebih selektif dan tidak berlebihan. Temuan ini memperkuat teori manajemen keuangan pribadi yang menempatkan perencanaan keuangan sebagai instrumen utama dalam menjaga stabilitas keuangan individu, serta sejalan dengan penelitian Khotimah (2023) yang menyatakan bahwa perencanaan keuangan yang baik dapat mengurangi kecenderungan penggunaan kredit digital untuk kebutuhan non-esensial. Selanjutnya, perilaku

konsumtif terbukti berpengaruh signifikan dan menjadi faktor paling dominan terhadap penggunaan BNPL. intensitas penggunaan layanan PayLater. Kemudahan akses, proses transaksi yang cepat, serta berbagai promosi digital mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian berdasarkan dorongan emosional, gaya hidup, dan tren, bukan semata-mata kebutuhan. Hasil ini mendukung penelitian Kamil dan Indrawati (2023) yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan pendorong utama penggunaan sistem cicilan digital, khususnya di kalangan generasi muda.

5. Kesimpulan

Dapat disimpulkan data terhadap hipotesis telah dirumuskan, literasi keuangan ada pengaruh yang tinggi dengan penggunaan layanan Buy Now Pay Later (BNPL) sehingga hipotesis pertama dinyatakan diterima. Variabel financial planning juga terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan BNPL, yang menunjukkan bahwa kemampuan mahasiswa dalam merencanakan keuangan berperan penting dalam mengontrol pemanfaatan layanan kredit digital, sehingga hipotesis kedua diterima.

Selanjutnya, perilaku konsumtif terbukti memberikan pengaruh signifikan terhadap penggunaan BNPL, dapat dilihat tingkat pengaruhnya tinggi tingkat konsumtivitas sejalan yaitu tinggi intensitas penggunaan layanan Buy Now Pay Later, sehingga hipotesis ketiga dapat diterima. Secara bersama-sama, literasi keuangan, financial planning, dan perilaku konsumtif menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan BNPL, sehingga hipotesis keempat dinyatakan diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Nursalim, "Financial Planning: Pengertian, Manfaat, dan Cara Membuatnya," *Sunday*, 2025.
- [2] R. Al Adawiyah, C. L. Rithmaya, and A. Soebijanto, "Financial Planning Project: Website edukasi dalam meningkatkan pemahaman melalui literasi keuangan dan perencanaan keuangan mandiri," *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBis)*, vol. 3, no. 4, pp. 366-389, 2024, doi: 10.24034/jimbis.v3i4.6997.
- [3] T. A. Wati *et al.*, "Manajemen keuangan dalam perusahaan," vol. 5, no. 1, 2022. [Online]. Available: <https://jurnal.uts.ac.id>
- [4] A. Fauzi, "Penerapan fungsi manajemen keuangan pada perusahaan CV. Canbe Kosmetik Indonesia," *Populer: Jurnal Penelitian Mahasiswa*, vol. 3, no. 3, pp. 110-119, 2024, doi: 10.58192/populer.v3i3.2403.
- [5] H. N. Ani *et al.*, "Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif dan locus of control pada penggunaan Shopee PayLater," *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, vol. 4, no. 2, pp. 509-516, 2023, doi: 10.47065/jtear.v4i2.1082.
- [6] A. Dwitri and S. Pradikto, "Pentingnya literasi keuangan bagi pengelolaan keuangan pribadi," *Jurnal Kajian dan Penelitian Umum*, vol. 3, no. 1, pp. 99-106, 2025, doi: 10.47861/jkpu-nalanda.v3i1.1505.
- [7] A. Setianingsih and H. Kurnianingsih, "Pengaruh literasi keuangan, perencanaan keuangan dan gaya hidup terhadap pengelolaan keuangan," *Jurnal Rumpun Manajemen dan Ekonomi*, vol. 1, no. 2, pp. 162-170, 2024, doi: 10.61722/jrme.v1i2.1248.
- [8] S. Daud *et al.*, "Pengaruh media sosial dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif Generasi Z," *Jurnal Akuntansi Manajemen Madani*, vol. 11, no. 1, 2025.
- [9] P. Dwiwansi, E. D. Purnamasari, and S. Lazuardi, "Pengaruh literasi keuangan dan pengalaman keuangan terhadap penggunaan PayLater," *Jurnal Ekonomika* 45, vol. 10, no. 2, pp. 48-58, 2023.

- [10] E. Elliyana, A. Kurnia, and D. Ismayanti, "The impact of financial literacy on consumptive behavior of Gen Z PayLater users," *Journal of Production, Operations Management and Economics*, vol. 46, pp. 77-87, 2024, doi: 10.55529/jpome.46.77.87.
- [11] E. Elliyana *et al.*, "Pengaruh financial planning terhadap inklusi keuangan," *Jurnal Iqtisad*, vol. 10, no. 2, pp. 255-270, 2023, doi: 10.31942/iq.v10i2.9820.
- [12] I. Kamil and N. K. Indrawati, "Pengaruh financial literacy terhadap penggunaan utang Shopee PayLater," *Jurnal Manajemen Risiko dan Keuangan*, vol. 2, no. 2, pp. 124-134, 2023, doi: 10.21776/jmrk.2023.02.2.05.
- [13] K. P. Restike *et al.*, "Pengaruh literasi keuangan dan impulsive buying terhadap penggunaan Shopee PayLater Gen Z," *Jurnal Akuntansi Bisnis*, vol. 22, no. 1, pp. 100-113, 2024.
- [14] M. Pohan *et al.*, "Model perilaku konsumtif mahasiswa," *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, vol. 6, no. 2, pp. 1498-1508, 2022, doi: 10.33395/owner.v6i2.777.
- [15] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2023.
- [16] W. V. Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta, 2019.
- [17] Triyana, Asnaini, and M. Polindi, "Analisis perilaku konsumtif pengguna BNPL," *JESYA: Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, vol. 7, no. 2, pp. 1445-1456, 2024.
- [18] A. Z. Zein and F. Sartika, "Financial literacy and consumptive behavior on the use of Shopee PayLater," *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics*, vol. 8, no. 2, 2025.