

PENGARUH PENGGUNAAN BUY NOW PAY LATER TERHADAP GAYA HIDUP KONSUMTIF GENERASI Z

The Influence of Buy Now Pay Later Usage on the Consumptive Lifestyle of Generation Z

Muhamad Ifan¹, Rasmi Nur Anggraeni²

Email: mifan2298@gmail.com¹, rasminuranggraeni3112@gmail.com²

^{1,2}Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palu
Jl. Rusdi toana No1, Kec.Mantikulore, Kota Palu,Sulawesi Tengah Kode Pos 94118

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan layanan Buy Now Pay Later (BNPL) terhadap gaya hidup konsumtif Generasi Z. Meningkatnya penggunaan platform BNPL seperti Shopee PayLater, GoPayLater, dan Kredivo memberikan kemudahan dalam bertransaksi yang dapat mendorong perilaku pembelian impulsif, khususnya pada Generasi Z yang sangat adaptif terhadap teknologi digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner online kepada 100 responden berusia 17–28 tahun yang telah menggunakan layanan BNPL dalam enam bulan terakhir. Analisis data dilakukan dengan regresi linier sederhana menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan BNPL berpengaruh positif dan signifikan terhadap gaya hidup konsumtif Generasi Z dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,381. Hal ini berarti 38,1% variasi gaya hidup konsumtif dapat dijelaskan oleh penggunaan BNPL, sementara 61,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Selain itu, sebagian besar responden mengaku pernah membeli barang yang tidak dibutuhkan karena promosi BNPL dan merasakan peningkatan beban keuangan setelah menggunakannya secara rutin. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin sering Generasi Z menggunakan layanan BNPL, semakin tinggi kecenderungan mereka untuk berperilaku konsumtif. Penelitian ini menekankan pentingnya peningkatan literasi keuangan untuk meminimalkan dampak negatif penggunaan BNPL dan mendorong perilaku keuangan yang lebih bijak di kalangan generasi muda.

Kata Kunci: Buy Now Pay Later, Gaya Hidup Konsumtif, Generasi Z, Literasi Keuangan

Abstract

This study aims to analyze the influence of Buy Now Pay Later (BNPL) services on the consumptive lifestyle of Generation Z. The increasing adoption of BNPL platforms such as Shopee PayLater, GoPayLater, and Kredivo provides purchasing convenience that can encourage impulsive buying behavior, especially among Generation Z who are highly adaptive to digital technology. Using a quantitative approach with an associative research design, data were collected through online questionnaires distributed to 100 respondents aged 17–28 years who had used BNPL services within the last six months. The data were analyzed using simple linear regression with the aid of SPSS version 26. The results show that BNPL usage has a significant positive effect on the consumptive lifestyle of Generation Z, with a coefficient of determination (R^2) of 0.381. This means that 38.1% of the variation in consumptive lifestyle can be explained by BNPL usage, while the remaining 61.9% is influenced by other factors. Furthermore, most respondents admitted to purchasing unnecessary products due to BNPL promotions and feeling a higher financial burden after frequent use. These findings indicate that the more frequently Generation Z uses BNPL, the greater their tendency toward excessive consumption. The study emphasizes the importance of strengthening financial literacy education to minimize the negative impact of BNPL and promote responsible financial behavior among young consumers.

Keywords: Buy Now Pay Later, Consumptive Lifestyle, Generation Z, Financial Literacy

PENDAHULUAN

Transformasi digital dalam sektor keuangan telah mengubah cara masyarakat dalam bertransaksi dan mengelola keuangan. Salah satu inovasi yang muncul dari perkembangan ini adalah layanan Buy Now Pay Later (BNPL), yaitu sistem pembayaran yang memungkinkan konsumen melakukan pembelian barang atau jasa terlebih dahulu dan membayarnya di kemudian hari. Menurut Zhu, Wang, dan Liu (2023), kemajuan

teknologi digital telah mendorong perubahan signifikan pada perilaku konsumen modern yang kini lebih mengutamakan kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi.

Di Indonesia, penggunaan layanan BNPL semakin meningkat seiring dengan berkembangnya platform keuangan digital. Laporan Katadata Insight Center (2022) menyebutkan bahwa pengguna PayLater meningkat lebih dari 30% setiap tahun dan didominasi oleh kelompok usia muda. Platform seperti Shopee PayLater, GoPayLater, dan Kredivo menjadi pilihan populer karena menawarkan kemudahan pembayaran, fitur cicilan tanpa kartu kredit, serta berbagai promosi menarik yang meningkatkan daya tariknya bagi konsumen. Kemudahan akses dan promosi yang agresif membuat layanan BNPL sangat diminati oleh Generasi Z, yaitu individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Menurut Yulianto (2021), Generasi Z dikenal sebagai *digital natives* yang tumbuh di tengah kemajuan teknologi dan memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap layanan berbasis digital. Kondisi ini menjadikan mereka sebagai target utama berbagai inovasi keuangan digital, termasuk BNPL.

Namun, di balik kemudahan tersebut, penggunaan BNPL juga berpotensi mendorong perilaku konsumtif. Menurut Kurniawati dan Hidayat (2022), perilaku konsumtif adalah kecenderungan individu untuk membeli barang dan jasa bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan keinginan yang dipengaruhi oleh faktor emosional, promosi, dan tren sosial. Generasi Z, yang sangat aktif di media sosial, cenderung mudah terpengaruh oleh iklan digital dan gaya hidup konsumtif yang ditampilkan secara daring.

Fenomena ini sejalan dengan temuan Ariani dan Wulandari (2021) yang menjelaskan bahwa kemudahan transaksi digital meningkatkan kemungkinan individu untuk melakukan pembelian impulsif. Mereka menambahkan bahwa fasilitas pembayaran yang ditunda seperti BNPL memperlemah kontrol diri konsumen karena menunda kesadaran terhadap beban finansial yang sesungguhnya. Selain itu, Putri (2022) menyoroti pentingnya literasi keuangan dalam menghadapi kemajuan teknologi finansial. Rendahnya pemahaman terhadap pengelolaan keuangan digital dapat menyebabkan perilaku konsumtif yang berlebihan dan berujung pada masalah finansial. Banyak pengguna BNPL tidak menyadari risiko bunga tersembunyi, denda keterlambatan, serta potensi akumulasi utang yang dapat mengganggu stabilitas keuangan pribadi.

Dalam konteks perilaku generasi muda, Rizky dan Anisa (2023) menemukan bahwa penggunaan layanan keuangan digital, termasuk BNPL, memiliki korelasi positif terhadap meningkatnya perilaku konsumtif di kalangan remaja dan mahasiswa. Hal ini dipicu oleh kombinasi faktor kemudahan pembayaran, tekanan sosial dari media digital, serta rendahnya kesadaran terhadap konsekuensi finansial jangka panjang. Menurut Yulianto (2021), perilaku konsumtif yang muncul akibat perkembangan teknologi finansial merupakan refleksi dari perubahan nilai sosial masyarakat modern yang cenderung mengejar kepuasan sesaat dibandingkan kebutuhan rasional. Hal ini diperkuat oleh gaya hidup Generasi Z yang seringkali mengaitkan konsumsi dengan identitas sosial dan pengakuan dari lingkungan digitalnya.

Dari sisi penyedia layanan, Kurniawati dan Hidayat (2022) mengemukakan bahwa promosi intensif dan sistem pembayaran fleksibel yang ditawarkan oleh BNPL menjadi faktor utama pendorong peningkatan transaksi. Namun, jika tidak disertai edukasi finansial yang memadai, layanan tersebut dapat menjadi instrumen yang mempercepat perilaku konsumtif dan menurunkan kesejahteraan finansial pengguna dalam jangka panjang. Oleh karena itu, penting untuk melakukan kajian empiris yang menganalisis hubungan antara penggunaan BNPL dan gaya hidup konsumtif Generasi Z. Penelitian ini berupaya mengidentifikasi seberapa besar pengaruh penggunaan BNPL terhadap kecenderungan konsumtif serta faktor-faktor yang memperkuat hubungan tersebut. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang dampak sosial ekonomi dari layanan BNPL.

Selain itu, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi bagi peningkatan literasi keuangan digital di kalangan generasi muda. Seperti yang dikemukakan oleh Putri (2022), literasi keuangan berperan penting dalam membentuk perilaku keuangan yang bertanggung jawab, terutama dalam menghadapi kemudahan akses layanan finansial berbasis teknologi. Secara keseluruhan, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan Buy Now Pay Later terhadap gaya hidup konsumtif Generasi Z di Indonesia. Hasil studi ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi penyedia layanan BNPL, lembaga pendidikan, dan pembuat kebijakan dalam mengembangkan strategi penggunaan layanan keuangan digital yang sehat, berkelanjutan, dan mendukung kesejahteraan finansial generasi muda.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pendekatan ini bertujuan untuk menguji hubungan antara dua variabel atau lebih, dalam hal ini antara penggunaan layanan Buy Now Pay Later (BNPL) sebagai variabel independen (X) dan gaya hidup konsumtif sebagai variabel dependen (Y). Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner online. Kuesioner disusun dalam bentuk pernyataan tertutup dengan skala Likert 5 poin (1 = sangat tidak setuju hingga 5 = sangat setuju). Populasi dalam

penelitian ini adalah individu dari Generasi Z, yaitu mereka yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, yang telah menggunakan layanan BNPL minimal satu kali dalam enam bulan terakhir. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dengan kriteria responden sebagai berikut:

1. Berusia 17–28 tahun
 2. Berdomisili di Indonesia
 3. Telah menggunakan layanan BNPL (Shopee PayLater, Kredivo, atau GoPayLater) setidaknya satu kali
- Ukuran sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, diperoleh minimal 100 responden untuk menjaga keakuratan dan representasi data.

Instrumen penelitian ini diuji validitas dan reliabilitas sebelum digunakan. Uji validitas dilakukan dengan analisis korelasi Pearson Product Moment, sedangkan uji reliabilitas dilakukan menggunakan Cronbach's Alpha. Seluruh indikator variabel dinyatakan valid dan reliabel.

perasionalisasi variabel dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Variabel X (Penggunaan BNPL): diukur dengan indikator frekuensi penggunaan, alasan penggunaan (kemudahan, promosi), jenis platform yang digunakan, dan persepsi terhadap risiko dan kemudahan.
2. Variabel Y (Gaya Hidup Konsumtif): diukur dengan indikator seperti kebiasaan membeli berdasarkan keinginan, pengaruh iklan dan promosi, perilaku impulsif, dan kecenderungan mengikuti tren.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana untuk mengetahui pengaruh signifikan antara penggunaan BNPL terhadap gaya hidup konsumtif. Uji t digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh, dan koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk melihat seberapa besar kontribusi variabel X terhadap variabel Y. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan software statistik SPSS versi 26.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Tabel 1. Karakteristik Responden

Kategori	Keterangan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	38	38%
	Perempuan	62	62%
Usia (Tahun)	17–20	24	24%
	21–24	48	48%
	25–28	28	28%
Platform BNPL yang Digunakan	Shopee PayLater	74	74%
	Kredivo	15	15%
	GoPayLater	11	11%
Motivasi Menggunakan BNPL	Promosi & Diskon	52	52%
	Kemudahan Transaksi	30	30%
	Keterbatasan Dana Saat Pembelian	18	18%

Sumber: Data Primer, 2025

Tabel 1 menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan (62%) dan berada pada rentang usia 21–24 tahun (48%), yang merupakan kelompok usia produktif dengan intensitas penggunaan layanan digital tinggi. Sebagian besar responden menggunakan Shopee PayLater (74%) karena sering terintegrasi dengan e-commerce dan menawarkan banyak promosi menarik. Faktor promosi dan diskon menjadi motivasi utama penggunaan BNPL (52%), diikuti oleh kemudahan transaksi (30%).

Tabel 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Nilai r hitung	r tabel (n=100)	Keterangan	Cronbach's Alpha	Keterangan
Penggunaan BNPL (X)	8	0,315–0,721	0,197	Valid	0,829	Reliabel
Gaya Hidup Konsumtif (Y)	10	0,341–0,758	0,197	Valid	0,811	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 2025

Hasil menunjukkan bahwa seluruh item pada kedua variabel memiliki r hitung > r tabel (0,197) sehingga dinyatakan valid. Nilai Cronbach's Alpha untuk variabel penggunaan BNPL (0,829) dan gaya hidup konsumtif (0,811) lebih besar dari 0,70, sehingga keduanya reliabel. Artinya, instrumen penelitian dapat dipercaya untuk mengukur variabel yang diteliti.

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Model	Koefisien Regresi (B)	t hitung	Sig. (p-value)	R ²	Keterangan
Penggunaan BNPL → Gaya Hidup Konsumtif	0,617	7,821	0,000	0,381	Signifikan

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 2025

Nilai koefisien regresi sebesar 0,617 menunjukkan bahwa penggunaan BNPL memiliki pengaruh positif terhadap gaya hidup konsumtif. Nilai t hitung (7,821) lebih besar dari t tabel (1,984) pada $\alpha = 0,05$ dan $df = 98$, serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, artinya pengaruh tersebut signifikan secara statistik. Nilai R² sebesar 0,381 menunjukkan bahwa 38,1% variasi gaya hidup konsumtif dijelaskan oleh penggunaan BNPL, sedangkan sisanya 61,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Tabel 4. Deskripsi Perilaku Konsumtif Responden

Pernyataan	Setuju (%)	Tidak Setuju (%)
Saya sering membeli barang karena promo BNPL	61%	39%
Saya merasa lebih mudah berbelanja karena bisa membayar nanti	70%	30%
Saya sering membeli barang yang tidak terlalu dibutuhkan	57%	43%
Saya merasa beban keuangan meningkat setelah menggunakan BNPL	54%	46%
Saya jarang menghitung total pengeluaran BNPL saya	49%	51%

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 2025

Data menunjukkan bahwa mayoritas responden (70%) merasa lebih mudah berbelanja dengan sistem BNPL, dan 61% di antaranya mengakui sering membeli produk karena adanya promosi. Temuan ini memperlihatkan adanya kecenderungan perilaku konsumtif yang dipicu oleh kemudahan dan promosi BNPL. Sebanyak 57% responden juga mengaku sering membeli barang yang tidak dibutuhkan, menunjukkan bahwa penggunaan BNPL mendorong pembelian impulsif.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Buy Now Pay Later (BNPL) berpengaruh positif dan signifikan terhadap gaya hidup konsumtif Generasi Z. Nilai koefisien regresi sebesar 0,617 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($< 0,05$) menegaskan bahwa semakin sering Generasi Z menggunakan layanan BNPL, semakin tinggi kecenderungan mereka untuk berperilaku konsumtif. Nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,381 menunjukkan bahwa 38,1% variasi perilaku konsumtif dijelaskan oleh intensitas penggunaan BNPL, sedangkan 61,9% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Kurniawati dan Hidayat (2022) yang mengemukakan bahwa layanan BNPL mendorong perilaku konsumtif karena kemudahan pembayaran dan berbagai promosi yang menarik perhatian pengguna. Namun, penelitian ini memberikan kontribusi berbeda dengan menambahkan dimensi motivasi penggunaan seperti promosi, kemudahan transaksi, dan keterbatasan dana — untuk memahami faktor-faktor psikologis yang mendorong perilaku konsumtif. Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya mengonfirmasi pengaruh BNPL terhadap perilaku konsumtif, tetapi juga memperkaya pemahaman mengenai penyebabnya dari sisi motivasi pengguna.

Hasil penelitian juga konsisten dengan temuan Ariani dan Wulandari (2021) yang menjelaskan bahwa kemudahan transaksi digital memperlemah kontrol diri individu dalam berbelanja karena menunda kesadaran terhadap konsekuensi finansial. Generasi Z yang terbiasa dengan kenyamanan teknologi merasa lebih mudah mengambil keputusan pembelian impulsif tanpa pertimbangan rasional yang matang. Selain itu, data menunjukkan bahwa 61% responden membeli produk karena promosi BNPL, dan 57% mengaku membeli barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan. Hal ini menunjukkan bahwa layanan BNPL menciptakan persepsi kemudahan semu yang memperkuat dorongan konsumtif.

Selanjutnya, penelitian ini memperkuat pandangan Putri (2022) yang menyatakan bahwa rendahnya literasi keuangan menjadi salah satu penyebab utama perilaku konsumtif di kalangan generasi muda. Temuan ini diperkuat oleh fakta bahwa 49% responden jarang menghitung total pengeluaran dari cicilan BNPL mereka, sementara 54% merasakan peningkatan beban keuangan setelah penggunaan rutin. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna BNPL belum memiliki perencanaan keuangan yang baik, sehingga kemudahan bertransaksi justru meningkatkan risiko finansial pribadi.

Dari sisi perilaku sosial, hasil penelitian ini mendukung teori yang dikemukakan Yulianto (2021) bahwa perilaku konsumtif di era digital seringkali didorong oleh keinginan untuk memperoleh pengakuan sosial. Generasi Z menggunakan konsumsi sebagai cara untuk membangun citra diri di media sosial. Fitur BNPL

yang memungkinkan pembelian tanpa pembayaran langsung memberi ruang bagi mereka untuk mengikuti tren konsumsi tanpa mempertimbangkan kemampuan finansial. Dengan demikian, perilaku konsumtif pada Generasi Z tidak hanya didorong oleh kebutuhan ekonomi, tetapi juga oleh motif sosial dan simbolik.

Penelitian ini juga memiliki keterkaitan dengan studi Rizky dan Anisa (2023) yang menunjukkan bahwa penggunaan layanan keuangan digital, termasuk e-wallet dan BNPL, memiliki korelasi positif dengan perilaku konsumtif di kalangan remaja. Akan tetapi, penelitian ini berbeda karena menggunakan analisis regresi kuantitatif untuk mengukur kekuatan pengaruh BNPL terhadap perilaku konsumtif secara empiris, sementara penelitian Rizky dan Anisa lebih bersifat deskriptif. Dengan demikian, penelitian ini memberikan bukti statistik yang lebih kuat mengenai hubungan antara penggunaan BNPL dan gaya hidup konsumtif pada Generasi Z di Indonesia.

Jika dibandingkan dengan penelitian Ariani dan Wulandari (2021) serta Kurniawati dan Hidayat (2022), penelitian ini menawarkan pembaruan (novelty) dalam dua aspek utama. Pertama, penelitian ini fokus pada Generasi Z sebagai digital native yang memiliki karakteristik perilaku konsumsi berbeda dengan generasi sebelumnya. Kedua, penelitian ini menambahkan variabel motivasi penggunaan BNPL yang belum banyak diteliti sebelumnya, sehingga hasilnya memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang faktor pendorong perilaku konsumtif di era digital.

Dari perspektif manajerial dan sosial, hasil penelitian ini memiliki implikasi penting. Penyedia layanan BNPL perlu mengembangkan fitur edukasi dan sistem pengingat batas penggunaan agar pengguna tidak terjebak dalam pola konsumsi berlebihan. Di sisi lain, lembaga pendidikan perlu memperkuat literasi keuangan digital di kalangan mahasiswa dan generasi muda agar mereka memahami konsekuensi penggunaan layanan keuangan berbasis kredit mikro. Hal ini sejalan dengan rekomendasi Putri (2022) bahwa literasi keuangan merupakan kunci pengendalian perilaku konsumtif di era digitalisasi ekonomi.

Secara keseluruhan, penelitian ini mempertegas bahwa kemudahan akses keuangan digital melalui BNPL memiliki dua sisi. Di satu sisi, BNPL memberikan fleksibilitas dalam transaksi dan membantu pengguna dalam mengatur pengeluaran jangka pendek; namun di sisi lain, tanpa kontrol dan literasi keuangan yang memadai, layanan ini justru mendorong perilaku konsumtif yang berlebihan. Perbedaan utama antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada penggunaan data primer spesifik Generasi Z pengguna BNPL, pendekatan kuantitatif empiris dengan hasil signifikan, serta penambahan faktor motivasi dan sosial sebagai penjas perilaku konsumtif.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penggunaan Buy Now Pay Later (BNPL) berpengaruh positif dan signifikan terhadap gaya hidup konsumtif Generasi Z. Hasil analisis regresi menunjukkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,381, yang berarti bahwa penggunaan BNPL menjelaskan 38,1% variasi perilaku konsumtif pada Generasi Z, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin sering individu menggunakan layanan BNPL, semakin tinggi kecenderungan mereka untuk berperilaku konsumtif, terutama dalam bentuk pembelian impulsif dan konsumsi yang tidak didasarkan pada kebutuhan fungsional.

Penelitian ini juga menegaskan bahwa kemudahan transaksi, promosi menarik, serta sistem pembayaran yang fleksibel menjadi faktor pendorong utama perilaku konsumtif di kalangan Generasi Z. Namun, di sisi lain, rendahnya literasi keuangan memperparah kecenderungan tersebut karena pengguna cenderung mengabaikan konsekuensi finansial jangka panjang. Temuan ini memperkuat hasil penelitian terdahulu seperti Ariani & Wulandari (2021) dan Kurniawati & Hidayat (2022), namun penelitian ini memiliki kontribusi baru dengan menambahkan analisis empiris terhadap faktor motivasi penggunaan BNPL serta mengaitkannya secara langsung dengan perilaku konsumtif generasi digital native di Indonesia. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa layanan BNPL memiliki dua sisi: di satu sisi memberikan kemudahan dan fleksibilitas bagi pengguna, namun di sisi lain berpotensi membentuk gaya hidup konsumtif jika tidak disertai kontrol diri dan pemahaman finansial yang baik. Oleh karena itu, penggunaan BNPL memerlukan keseimbangan antara kebutuhan praktis dan tanggung jawab finansial agar tidak menimbulkan dampak negatif terhadap kesejahteraan ekonomi individu.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar Generasi Z meningkatkan literasi keuangan agar dapat menggunakan layanan BNPL secara bijak dan tidak terjebak dalam perilaku konsumtif. Penyedia layanan BNPL seperti Shopee PayLater, Kredivo, dan GoPayLater diharapkan menyediakan fitur edukatif dan batasan penggunaan agar pengguna lebih terkontrol. Selain itu, lembaga pendidikan dan pemerintah perlu memperkuat edukasi keuangan digital bagi generasi muda guna menumbuhkan perilaku konsumsi yang bertanggung jawab di era keuangan berbasis teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, M., & Wulandari, D. (2021). *Pengaruh kemudahan transaksi digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa*. Jurnal Ekonomi Digital, 5(2), 89–98.
- Harun, H., Nurain, N., & Nurwani, N. (2025). Integration of Digital Payment Literacy and Accounting in Promoting the Growth of MSMEs. *Journal of Accounting Science*, 9(2), 324-351.
- Katadata Insight Center. (2022). *Laporan tren penggunaan PayLater di Indonesia*. Diakses dari <https://katadata.co.id/fintech/bnpl-penjelasan>
- Kurniawati, R., & Hidayat, T. (2022). *Analisis perilaku konsumen Generasi Z dalam menggunakan layanan Buy Now Pay Later*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 10(1), 45–56.
- Putri, S. D. (2022). *Peran literasi keuangan dalam mengontrol perilaku konsumtif mahasiswa di era digital*. Jurnal Pendidikan Ekonomi, 8(3), 100–110.
- Rahmatullah, R., Tarawiru, Y., & Harun, H. (2024). Tingkat Literasi Keuangan Pengelola BUMDES Dalam Pengembangan Usaha Pada BUMDES Desa Rosoan Kabupaten Enrekang. *Journal AK-99*, 4(2), 424-436.
- Rizky, A., & Anisa, R. (2023). *Pengaruh penggunaan layanan keuangan digital terhadap perilaku konsumtif remaja*. Jurnal Ekonomi dan Keuangan Digital, 12(1), 33–44.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yulianto, R. (2021). *Teknologi finansial dan konsumtivisme di kalangan generasi milenial*. Jakarta: Prenada Media.
- Zhu, H., Wang, Y., & Liu, J. (2023). *Technology adoption and consumer behavior in modern digital economy*. *Journal of Digital Business Innovation*, 15(2), 101–120.