PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN NILAI RELIGIUS TERHADAP PERILAKU PENGGUNAAN PAYLATER PADA GENERASI MUDA DI KOTA PEKALONGAN

Tria Titiani Chasanah[1)], Dicke J. S. H. Siregar [2)*], Tri Pudji Wahjuningsih[3)],
Institut Widya Pratama [123)]
triatitiani2002@gmail.com[1)],dicke.stmikwp@gmail.com [2)], tripudjiwahjuningsih@gmail.com[3)]

Abstrak

Kemajuan teknologi finansial (financial technology atau fintech), khususnya melalui layanan Buy Now Pay Later (PayLater), memberikan fleksibilitas bagi konsumen untuk melakukan pembelian dengan pembayaran yang dapat dilakukan pada waktu mendatang. Di sisi lain, pemanfaatan layanan tersebut menuntut kemampuan pengelolaan keuangan serta pertimbangan nilai dalam menentukan keputusan finansial. Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh Literasi Keuangan dan Nilai Religius terhadap Perilaku Penggunaan PayLater pada generasi muda di Kota Pekalongan, baik secara terpisah maupun secara bersama-sama. Studi ini menerapkan pendekatan kuantitatif melalui metode survei, dengan pemilihan responden menggunakan teknik purposive sampling.Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen kuesioner yang menerapkan skala Likert dengan lima kategori penilaian. Dari 181 respons yang terkumpul, proses seleksi berdasarkan kriteria usia 17–35 tahun, domisili Kota Pekalongan, dan pengalaman menggunakan PayLater menghasilkan 32 responden yang memenuhi persyaratan sebagai sampel akhir. Analisis data mencakup statistik deskriptif, pengujian validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, uji t, uji F, koefisien determinasi, serta robustness check menggunakan heteroskedasticity-consistent standard error HC3. Hasil analisis menunjukkan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Penggunaan PayLater, dengan koefisien sebesar 0,542 dan nilai signifikansi 0,003. Sebaliknya, Nilai Religius memiliki koefisien positif sebesar 0,167, tetapi pengaruhnya tidak signifikan secara statistik dengan nilai signifikansi 0,167. Secara simultan, kedua variabel menunjukkan pengaruh signifikan terhadap Perilaku Penggunaan PayLater, dengan nilai F sebesar 12,330 dan signifikansi aktual 0,000133. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,460 menunjukkan bahwa model mampu menjelaskan 46,0% variasi Perilaku Penggunaan PayLater. Pengujian HC3 juga mempertahankan kesimpulan utama penelitian.

Kata kunci: *Literasi Keuangan; Nilai Religius; PayLater; Fintech; Generasi Muda; Pekalongan*

1. Pendahuluan

Kemajuan teknologi informasi telah membawa perubahan besar pada sektor keuangan, khususnya dengan munculnya teknologi finansial (financial technology atau fintech) yang menghadirkan beragam inovasi dalam penyelenggaraan layanan keuangan. Kehadiran teknologi digital memungkinkan masyarakat mengakses berbagai layanan finansial, mulai dari pembayaran, kredit, transfer dana, hingga aktivitas keuangan lainnya dengan cara yang lebih efisien dan praktis. Salah satu bentuk inovasi dalam ekosistem perdagangan digital yang semakin berkembang adalah layanan *Buy Now Pay Later (PayLater)*, yaitu sistem pembayaran yang memberikan kesempatan kepada konsumen untuk mendapatkan barang atau jasa terlebih dahulu, kemudian melunasi pembayarannya pada waktu yang telah ditentukan. Melalui layanan ini, konsumen dapat membeli dan menikmati barang maupun jasa tanpa harus melakukan pembayaran secara langsung pada saat transaksi berlangsung, kemudian menyelesaikan pembayarannya pada waktu berikutnya melalui sistem pembayaran tertunda atau cicilan.

Perkembangan PayLater menjadi penting untuk dikaji karena kemudahan akses kredit

digital dapat memberikan manfaat sekaligus risiko bagi pengguna. Kemudahan transaksi dapat meningkatkan fleksibilitas pembayaran, tetapi pada sisi lain dapat mendorong keputusan konsumsi yang kurang terencana. Sejumlah penelitian sebelumnya menemukan adanya keterkaitan antara penggunaan PayLater dan kecenderungan konsumtif pada mahasiswa maupun generasi muda.Amri et al. (2023), misalnya, mengungkapkan bahwa penggunaan PayLater berhubungan dengan sikap konsumtif mahasiswa. Sementara itu, Leonita dan Wulandari (2024) mengungkapkan adanya hubungan antara penggunaan fitur PayLater, tingkat pemahaman literasi keuangan serta pola hidup yang berkaitan dengan kecenderungan konsumen berperilaku konsumtif ketika melakukan transaksi pembelian melalui platform daring.

Isu ini semakin penting untuk dikaji dengan mempertimbangkan karakteristik generasi muda yang cenderung mudah beradaptasi dengan kemajuan teknologi digital. Generasi muda memiliki akses yang semakin luas terhadap berbagai layanan fintech dan platform perdagangan digital. Kondisi tersebut memberikan peluang bagi penggunaan PayLater secara produktif, tetapi juga meningkatkan kebutuhan terhadap kemampuan individu dalam memahami konsekuensi finansial dari keputusan penggunaan kredit digital.

Salah satu faktor yang secara teoritis dan empiris berkaitan dengan pengambilan keputusan keuangan adalah Literasi Keuangan. Pemahaman ini mencakup aspek yang lebih luas daripada sekadar pengetahuan tentang keuangan, yakni kemampuan seseorang untuk mengidentifikasi risiko, mengatur sumber daya keuangan, dan mengambil keputusan finansial secara rasional. Individu yang memiliki Literasi Keuangan lebih baik diharapkan dapat menilai kemampuan membayar, memahami kewajiban pembayaran, dan memperhitungkan risiko kredit sebelum memanfaatkan layanan keuangan digital. Penelitian Rusli (2023) menunjukkan bahwa Literasi Keuangan memiliki pengaruh positif terhadap ketertarikan individu untuk menggunakan layanan fintech payment. Penelitian Kamil et al. (2024) dan Rodziah et al. (2024) juga memperlihatkan adanya hubungan antara Literasi Keuangan, penggunaan PayLater, dan perilaku pengeluaran pengguna.

Selain faktor rasional berupa pengetahuan dan kemampuan finansial, keputusan ekonomi juga dapat dipengaruhi oleh faktor nilai. Nilai Religius dapat berfungsi sebagai landasan moral dalam menentukan sikap terhadap konsumsi, utang, tanggung jawab, dan pengelolaan keuangan. Dalam konteks penggunaan kredit digital, nilai religius berpotensi memengaruhi pertimbangan individu terhadap kewajiban finansial dan perilaku konsumsi.

Penelitian terdahulu mengenai hubungan religiusitas dan perilaku ekonomi menunjukkan hasil yang beragam. Fitriyah dan Putri (2024) menunjukkan adanya pengaruh literasi keuangan terhadap kecenderungan perilaku konsumtif pada Generasi Z. sedangkan religiusitas tidak memberikan pengaruh yang signifikan. Sebaliknya, Ardiansyah dan Sa'diyah (2024) menemukan bahwa religiusitas memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif pengguna Buy Now Pay Later. Penelitian Rahman et al. (2025) juga mengindikasikan bahwa literasi keuangan dan religiusitas memiliki keterkaitan dengan cara individu mengelola dan menjalankan perilaku keuangannya.

Perbedaan hasil tersebut menunjukkan adanya ruang penelitian yang masih terbuka. Sebagian penelitian terdahulu berfokus pada perilaku konsumtif, penggunaan fintech payment, gaya hidup, atau adopsi PayLater. Penelitian mengenai literasi keuangan dan religiusitas juga telah dilakukan, tetapi belum banyak yang secara langsung menguji kedua variabel tersebut secara bersamaan sebagai prediktor Perilaku Penggunaan PayLater pada generasi muda dalam konteks wilayah tertentu. Penelitian Fitriyah dan Putri (2024), misalnya, menggunakan penggunaan PayLater sebagai variabel mediasi dalam konteks perilaku konsumtif mahasiswa. Sementara itu, penelitian Ardiansyah dan Sa'diyah (2024) menempatkan religiusitas sebagai salah satu faktor perilaku konsumtif pengguna BNPL. Dengan demikian, terdapat

celah penelitian berupa kebutuhan untuk menguji secara langsung hubungan Literasi Keuangan dan Nilai Religius dengan Perilaku Penggunaan PayLater.

Konteks Kota Pekalongan memberikan karakteristik yang menarik karena generasi mudanya berada dalam lingkungan sosial yang memiliki karakter budaya religius sekaligus semakin terintegrasi dengan aktivitas ekonomi digital. Perkembangan perdagangan digital, penggunaan smartphone, serta akses terhadap fintech menciptakan kondisi di mana keputusan finansial generasi muda tidak hanya berkaitan dengan kemampuan ekonomi, tetapi juga berpotensi dipengaruhi oleh nilai dan pertimbangan pribadi.

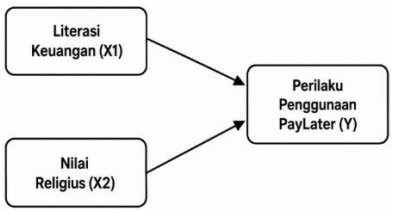
Berdasarkan research gap tersebut, penelitian ini menawarkan kontribusi empiris dengan menguji Literasi Keuangan dan Nilai Religius secara bersama-sama dalam menerangkan Perilaku Penggunaan PayLater pada kalangan generasi muda di Kota Pekalongan. Fokus tersebut membedakan penelitian ini dari studi yang hanya meneliti perilaku konsumtif, gaya hidup, atau penggunaan fintech payment secara umum.

Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji: (1) pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Penggunaan PayLater; (2) pengaruh Nilai Religius terhadap Perilaku Penggunaan PayLater; dan (3) pengaruh Literasi Keuangan dan Nilai Religius secara simultan terhadap Perilaku Penggunaan PayLater pada generasi muda di Kota Pekalongan.

Model konseptual yang menjadi landasan penelitian ini disajikan dalam bentuk diagram sebagai berikut:

Literasi Keuangan (X1) → Perilaku Penggunaan PayLater (Y)

Nilai Religius (X2) → Perilaku Penggunaan PayLater (Y)



Gambar 1. Kerangka konseptual penelitian

Berdasarkan kerangka tersebut, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H1 : Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Perilaku Penggunaan PayLater pada generasi muda di Kota Pekalongan.

H2 : Nilai Religius berpengaruh terhadap Perilaku Penggunaan PayLater pada generasi muda di Kota Pekalongan.

H3 : Literasi Keuangan dan Nilai Religius secara simultan berpengaruh terhadap Perilaku Penggunaan PayLater pada generasi muda di Kota Pekalongan.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis keterkaitan antarvariabel melalui pengolahan data berbentuk numerik. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh bukti empiris terkait pengaruh Literasi Keuangan dan Nilai Religius terhadap Perilaku Penggunaan PayLater. Pada model penelitian yang dikembangkan, Literasi Keuangan (X1) dan Nilai Religius (X2) ditetapkan sebagai variabel bebas, sementara Perilaku Penggunaan PayLater (Y) menjadi variabel terikat.

2.1. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian mencakup generasi muda di Kota Pekalongan yang memiliki pengalaman menggunakan layanan PayLater. Jumlah pasti pengguna PayLater dalam kelompok populasi tersebut belum diketahui. Oleh sebab itu, responden ditentukan menggunakan pendekatan non-probability sampling dengan menerapkan teknik purposive sampling. Penetapan sampel didasarkan pada tiga persyaratan, yaitu responden meliputi individu berusia 17–35 tahun yang berdomisili di Kota Pekalongan serta memiliki pengalaman menggunakan layanan PayLater. Dari penyebaran kuesioner secara daring diperoleh 181 respons awal. Setelah dilakukan screening, sebanyak 149 respons tidak memenuhi seluruh kriteria, sedangkan 32 respons memenuhi seluruh kriteria dan digunakan sebagai sampel akhir. Dengan demikian, seluruh analisis penelitian didasarkan pada 32 responden.

Tabel 1. Tahapan Screening Responden

Tahapan Screening	Jumlah
Respons awal	181
Respons tidak memenuhi kriteria	149
Respons memenuhi seluruh kriteria	32
Sampel akhir	32

2.2. Variabel dan Instrumen Penelitian

Literasi Keuangan (X1) diartikan sebagai kapasitas responden untuk memahami, mengevaluasi, dan menggunakan pengetahuan keuangan ketika mengambil keputusan yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan serta pemanfaatan PayLater.

Nilai Religius (X2) didefinisikan sebagai tingkat penghayatan nilai-nilai religius yang tercermin dalam keyakinan, sikap, dan pertimbangan moral responden, khususnya dalam pengambilan keputusan keuangan dan penggunaan fasilitas kredit digital.

Perilaku Penggunaan PayLater (Y) didefinisikan sebagai perilaku responden dalam menggunakan layanan PayLater yang mencakup penggunaan layanan, pertimbangan sebelum penggunaan, serta tanggung jawab dalam penggunaannya.

Instrumen penelitian pada tahap awal memuat 36 butir pernyataan. Jumlah tersebut terdiri atas 14 butir untuk Literasi Keuangan, 12 butir untuk Nilai Religius, dan 10 butir untuk Perilaku Penggunaan PayLater. Seluruh butir pernyataan dalam instrumen penelitian diukur menggunakan skala Likert yang terdiri atas lima kategori penilaian, mulai dari skor 1 untuk jawaban sangat tidak setuju hingga skor 5 untuk jawaban sangat setuju. Sebelum analisis dilaksanakan, butir pernyataan negatif terlebih dahulu diproses melalui *reverse coding*.

2.3. Teknik Analisis Data

Pengolahan dan analisis data dilakukan melalui sejumlah tahapan yang sistematis. Proses awal mencakup pemeriksaan dan pengolahan data, termasuk penerapan *reverse coding* terhadap butir pernyataan negatif. Tahap awal dilakukan dengan mengevaluasi kualitas instrumen penelitian diuji melalui uji validitas dengan menggunakan metode Corrected Item-Total Correlation (CITC), yang penilaiannya didasarkan pada kriteria penerimaan nilai sekurang-kurangnya 0,30. Selanjutnya, reliabilitas instrumen dinilai menggunakan koefisien Cronbach's Alpha, dengan nilai minimum yang ditetapkan sebesar 0,70.

Setelah pengujian instrumen selesai, analisis statistik deskriptif diterapkan untuk mengidentifikasi nilai minimum, maksimum, rata-rata, serta standar deviasi dari setiap variabel penelitian. Sebelum estimasi model regresi dilakukan, data terlebih dahulu diuji melalui serangkaian uji asumsi klasik, yang mencakup uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas guna menilai kelayakan model regresi yang digunakan.

Pengujian hipotesis dilakukan melalui regresi linear berganda, uji t, uji F, dan perhitungan koefisien determinasi (R^2). Persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon}$$

Keterangan:
Y = Perilaku Penggunaan PayLater
α = konstanta
β_1 = koefisien regresi Literasi Keuangan
β_2 = koefisien regresi Nilai Religius
X_1 = Literasi Keuangan
X_2 = Nilai Religius
ε = error atau residual

Sebagai analisis sensitivitas, penelitian juga menggunakan heteroskedasticity-consistent standard error HC3 untuk mengetahui apakah kesimpulan mengenai signifikansi koefisien regresi tetap konsisten ketika digunakan standard error yang lebih robust.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Karakteristik Sampel dan Statistik Deskriptif

Berdasarkan proses *screening*, sebanyak 32 responden dinyatakan memenuhi persyaratan penelitian. Semua partisipan penelitian berada dalam rentang usia 17–35 tahun, bertempat tinggal di Kota Pekalongan, serta pernah memanfaatkan layanan PayLater. Sampel tersebut selanjutnya digunakan dalam seluruh pembentukan skor konstruk dan analisis regresi.

Tabel 2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	N	Min	Maks	Mean	SD
Literasi Keuangan (X1)	32	2,64	5,00	4,083	0,668
Nilai Religius (X2)	32	1,00	5,00	4,157	0,959
Perilaku Penggunaan PayLater (Y)	32	2,25	5,00	3,797	0,693

Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada Nilai Religius, yaitu 4,157, diikuti Literasi Keuangan sebesar 4,083 dan Perilaku Penggunaan PayLater sebesar 3,797. Ketiga nilai rata-rata tersebut berada di atas titik tengah skala Likert lima tingkat. Kondisi ini menunjukkan bahwa secara deskriptif responden memiliki kecenderungan skor yang relatif tinggi pada ketiga konstruk yang diteliti. Namun, statistik deskriptif belum dapat digunakan untuk menyimpulkan adanya pengaruh antarvariabel sehingga pengujian selanjutnya dilakukan melalui regresi linear berganda.

3.2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas dilakukan terhadap 36 butir pernyataan dengan menggunakan *Corrected Item-Total Correlation* (CITC). Suatu butir dinyatakan memenuhi kriteria apabila memperoleh nilai sekurang-kurangnya 0,30. Berdasarkan hasil pengujian, sebanyak 32 butir memenuhi ketentuan validitas, sedangkan empat butir lainnya tidak memenuhi batas yang ditetapkan sehingga dikeluarkan dari analisis.

Tabel 3. Rekapitulasi Uji Validitas

Variabel	Item Awal	Item Valid	Item Tidak Valid
Literasi Keuangan (X1)	14	14	0
Nilai Religius (X2)	12	10	2
Perilaku Penggunaan PayLater (Y)	10	8	2
Total	**36**	**32**	**4**

Seluruh item Literasi Keuangan dinyatakan valid. Pada Nilai Religius terdapat dua item yang tidak memenuhi kriteria, yaitu NR-11(R) dan NR-12(R). Pada Perilaku Penggunaan PayLater terdapat dua item yang tidak valid, yaitu PP-7 dan PP-10(R). Dengan demikian, 32 item digunakan dalam pembentukan skor konstruk.

Pengujian reliabilitas menghasilkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,906 untuk Literasi Keuangan, 0,971 untuk Nilai Religius, dan 0,829 untuk Perilaku Penggunaan PayLater. Seluruh nilai tersebut melampaui batas minimum 0,70. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa instrumen yang digunakan untuk mengukur ketiga variabel telah memenuhi kriteria konsistensi internal yang dapat diterima.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Item Valid	Cronbach's Alpha	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	14	0,906	Reliabel
Nilai Religius (X2)	10	0,971	Reliabel
Perilaku Penggunaan PayLater (Y)	8	0,829	Reliabel

3.3. Hasil Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk menilai kelayakan model regresi sebelum pengujian hipotesis dilaksanakan. Pemeriksaan mencakup normalitas residual, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas.

Uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov dengan koreksi Lilliefors serta Shapiro-Wilk. Hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi masing-masing sebesar 0,254 dan 0,475. Karena kedua nilai tersebut lebih besar daripada 0,05, tidak ditemukan bukti statistik yang menunjukkan penyimpangan distribusi residual dari normalitas.

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

Pengujian	Statistik	Sig.	Keterangan
Kolmogorov-Smirnov/Lilliefors	0,123	0,254	Normal
Shapiro-Wilk	0,970	0,475	Normal

Selanjutnya, pemeriksaan multikolinearitas menghasilkan nilai *Tolerance* sebesar 0,698 dan *Variance Inflation Factor* (VIF) sebesar 1,433 untuk kedua variabel independen. Nilai tersebut memenuhi ketentuan *Tolerance* lebih besar dari 0,10 dan VIF kurang dari 10. Dengan demikian, model regresi tidak menunjukkan adanya masalah multikolinearitas.

Uji heteroskedastisitas menggunakan Breusch-Pagan menghasilkan nilai signifikansi LM sebesar 0,185 dan signifikansi statistik F sebesar 0,199. Nilai signifikansi dari kedua pengujian tersebut berada di atas 0,05, sehingga

hasil analisis tidak menunjukkan adanya indikasi heteroskedastisitas yang signifikan secara statistik dalam model regresi.

3.4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil estimasi regresi linear berganda menghasilkan persamaan:

$$Y = 0{,}890 + 0{,}542X_1 + 0{,}167X_2 + \varepsilon$$

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	B	Std. Error	t	Sig.
Konstanta	0,890	0,596	1,494	0,146
Literasi Keuangan (X1)	0,542	0,169	3,198	0,003
Nilai Religius (X2)	0,167	0,118	1,416	0,167

Koefisien Literasi Keuangan sebesar 0,542 menunjukkan arah hubungan positif. Dengan asumsi Nilai Religius tetap, peningkatan satu satuan skor Literasi Keuangan berkaitan dengan peningkatan sebesar 0,542 satuan skor Perilaku Penggunaan PayLater. Nilai signifikansi sebesar 0,003 menunjukkan bahwa pengaruh tersebut signifikan secara statistik.

Sementara itu, Nilai Religius memiliki koefisien sebesar 0,167 yang juga menunjukkan arah positif. Namun, nilai signifikansi sebesar 0,167 lebih besar daripada 0,05 sehingga pengaruh tersebut tidak signifikan secara statistik.

3.5. Koefisien Determinasi

Tabel 7. Model Summary

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0,678	0,460	0,422	0,526

Nilai R sebesar 0,678 menunjukkan adanya hubungan antara Literasi Keuangan dan Nilai Religius dengan Perilaku Penggunaan PayLater dalam model penelitian. Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,460 mengindikasikan bahwa Literasi Keuangan dan Nilai Religius secara simultan dapat menjelaskan 46,0% variasi pada Perilaku Penggunaan PayLater. Sementara itu, sebesar 54,0% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang belum tercakup dalam model penelitian ini.

Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,422 memperlihatkan bahwa kemampuan penjelasan model setelah memperhitungkan jumlah variabel independen dan ukuran sampel adalah 42,2%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa model mempunyai kemampuan penjelasan yang cukup berarti, meskipun masih terdapat faktor lain di luar model yang berpotensi berkaitan dengan Perilaku Penggunaan PayLater.

3.6. Pengujian Hipotesis

3.6.1. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Penggunaan PayLater

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), variabel Literasi Keuangan memperoleh nilai t-statistik sebesar 3,198 dengan tingkat signifikansi 0,003. Nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 menjadi dasar untuk menerima hipotesis pertama (H1). Hasil tersebut menunjukkan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan secara statistik terhadap Perilaku Penggunaan PayLater.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa kemampuan individu dalam memahami dan mengelola aspek keuangan memiliki keterkaitan penting dengan perilaku penggunaan layanan kredit digital. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Rusli (2023) yang menemukan hubungan positif Literasi Keuangan dengan minat menggunakan fintech payment. Temuan penelitian ini konsisten dengan hasil studi yang dilakukan oleh Kamil et al. (2024) dan Rodziah et al. (2024) yang mengidentifikasikan adanya keterkaitan antara tingkat Literasi Keuangan, pemanfaatan layanan PayLater, dan pola pengeluaran konsumen.

Hasil penelitian juga memperkuat temuan Zein (2025) mengenai keterkaitan Literasi Keuangan dengan adopsi Shopee PayLater pada mahasiswa. Dalam konteks penelitian ini, pengaruh positif menunjukkan bahwa variasi skor Literasi Keuangan berkaitan dengan variasi Perilaku Penggunaan PayLater. Namun, arah positif tersebut tidak boleh langsung ditafsirkan bahwa peningkatan literasi selalu menyebabkan penggunaan PayLater menjadi semakin tinggi dalam arti konsumtif. Konstruk dependen dalam penelitian ini merupakan Perilaku Penggunaan PayLater yang mencakup penggunaan,

pertimbangan sebelum menggunakan, dan tanggung jawab dalam penggunaan layanan.

Dengan demikian, temuan lebih tepat dipahami sebagai bukti bahwa Literasi Keuangan menjadi salah satu faktor yang berkaitan dengan Perilaku Penggunaan PayLater pada sampel penelitian. Kemampuan memahami kondisi keuangan, risiko kredit, dan kewajiban pembayaran dapat menjadi bagian penting dari cara individu mempertimbangkan penggunaan fasilitas pembayaran tertunda.

3.6.2. Pengaruh Nilai Religius terhadap Perilaku Penggunaan PayLater

Hasil uji t menunjukkan bahwa Nilai Religius memiliki nilai t sebesar 1,416 dengan tingkat signifikansi 0,167. Karena nilai tersebut melampaui batas 0,05, H2 ditolak. Dengan demikian, penelitian ini belum memperoleh bukti statistik yang memadai untuk menyatakan bahwa Nilai Religius berpengaruh secara parsial terhadap Perilaku Penggunaan PayLater.

Secara konseptual, Nilai Religius dapat berperan sebagai landasan moral dalam menentukan keputusan konsumsi, penggunaan utang, serta pemenuhan tanggung jawab finansial. Akan tetapi, pada sampel penelitian ini, rata-rata Nilai Religius yang relatif tinggi secara deskriptif tidak disertai pengaruh parsial yang signifikan terhadap Perilaku Penggunaan PayLater.

Hasil tersebut memiliki kesesuaian dengan penelitian Fitriyah dan Putri (2024) yang menemukan bahwa religiusitas tidak menunjukkan pengaruh signifikan pada kajian mengenai perilaku konsumtif mahasiswa Generasi Z, dengan penggunaan PayLater berperan sebagai variabel mediasi. Dengan demikian, nilai religius secara konseptual dapat menjadi pertimbangan moral, tetapi kekuatan pengaruhnya terhadap perilaku ekonomi dapat bergantung pada konteks perilaku yang diukur.

Sebaliknya, hasil penelitian ini berbeda dengan Ardiansyah dan Sa'diyah (2024) yang menyimpulkan bahwa religiusitas memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif pada pengguna layanan Buy Now Pay Later. Perbedaan tersebut dapat dipengaruhi oleh perbedaan konstruk dependen. Penelitian Ardiansyah dan Sa'diyah berfokus pada perilaku konsumtif, sedangkan penelitian ini mengukur Perilaku Penggunaan PayLater secara lebih spesifik melalui penggunaan, pertimbangan sebelum penggunaan, dan tanggung jawab dalam menggunakan layanan.

Dengan demikian, tidak signifikannya Nilai Religius dalam penelitian ini tidak dapat dimaknai bahwa nilai religius tidak memiliki hubungan dengan seluruh bentuk perilaku keuangan. Temuan tersebut hanya menunjukkan bahwa dalam model, sampel, instrumen, dan konteks penelitian ini, pengaruh parsial Nilai Religius belum memperoleh dukungan statistik yang memadai.

3.6.3. Pengaruh Simultan Literasi Keuangan dan Nilai Religius

Hasil uji F menunjukkan nilai F sebesar 12,330 dengan signifikansi aktual 0,000133. Karena nilai tersebut lebih kecil dari 0,05, H3 diterima. Oleh karena itu, Literasi Keuangan dan Nilai Religius secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Perilaku Penggunaan PayLater.

Temuan ini menunjukkan bahwa model yang memasukkan kedua variabel independen secara bersama-sama memiliki kemampuan statistik yang signifikan dalam menjelaskan variasi Perilaku Penggunaan PayLater. Hasil ini juga memperlihatkan bahwa signifikansi model secara keseluruhan tidak mengharuskan seluruh variabel independen signifikan secara individual. Dalam penelitian ini, Literasi Keuangan signifikan secara parsial, sedangkan Nilai Religius tidak signifikan secara parsial, tetapi model secara keseluruhan tetap signifikan.

Temuan tersebut memberikan implikasi bahwa perilaku penggunaan layanan kredit digital dapat dipahami melalui kombinasi faktor kemampuan finansial dan faktor nilai. Literasi Keuangan memberikan aspek rasional dalam pengambilan keputusan finansial, sedangkan Nilai Religius merepresentasikan dimensi nilai yang secara konseptual dapat memberikan landasan moral. Walaupun pengaruh parsial Nilai Religius belum terbukti signifikan, keberadaannya dalam model tetap relevan untuk diuji bersama Literasi Keuangan.

3.6.4. Robustness Check Menggunakan HC3

Analisis sensitivitas dilakukan menggunakan heteroskedasticity-consistent standard error HC3. Pengujian ini digunakan untuk memeriksa apakah kesimpulan mengenai signifikansi koefisien regresi tetap bertahan ketika digunakan estimasi standard error yang lebih robust.

Tabel 8. Hasil Robustness Check HC3

Variabel	B	Robust Std. Error	t	Sig. HC3
Literasi Keuangan (X1)	0,542	0,141	3,837	0,001
Nilai Religius (X2)	0,167	0,215	0,778	0,443

Hasil pengujian HC3 memperlihatkan bahwa Literasi Keuangan tetap signifikan dengan p = 0,001. Sementara itu, Nilai Religius tetap tidak signifikan dengan p = 0,443. Dengan demikian, kesimpulan utama mengenai H1 dan H2 tetap konsisten setelah standard error dihitung menggunakan pendekatan HC3.

Konsistensi tersebut memperkuat ketahanan temuan utama penelitian. Artinya, signifikansi Literasi Keuangan dan ketidaksignifikanan Nilai Religius bukan hanya muncul pada estimasi standard error regresi konvensional, tetapi juga tetap terlihat ketika dilakukan analisis sensitivitas menggunakan HC3.

3.7. Sintesis Hasil Penelitian

Secara keseluruhan, penelitian menghasilkan tiga temuan utama. Pertama, Literasi Keuangan menunjukan pengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Penggunaan PayLater dengan koefisien 0,542 dan p = 0,003. Kedua, Nilai Religius memiliki arah koefisien positif sebesar 0,167 tetapi tidak signifikan secara statistik dengan p = 0,167. Ketiga, Literasi Keuangan dan Nilai Religius secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Penggunaan PayLater dengan F = 12,330 dan p = 0,000133.

Tabel 9. Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Koef/Stat	Sig.	Keputusan
H1: Literasi Keuangan → Perilaku Penggunaan PayLater	0,542	0,003	Diterima
H2: Nilai Religius → Perilaku Penggunaan PayLater	0,167	0,167	Ditolak
H3: X1 dan X2 → Y	F = 12,330	0,000133	Diterima
Kemampuan model	R^2 = 0,460	—	46,0% variasi Y dijelaskan model

Hasil tersebut memperlihatkan bahwa Literasi Keuangan memiliki bukti empiris yang lebih kuat dibandingkan Nilai Religius dalam menjelaskan Perilaku Penggunaan PayLater. Hal tersebut tercermin dari signifikansi parsial Literasi Keuangan yang konsisten baik pada regresi konvensional maupun HC3.

Nilai R^2 sebesar 0,460 menunjukkan bahwa model masih memiliki ruang untuk dikembangkan. Sebesar 54,0% variasi Perilaku Penggunaan PayLater belum dapat dijelaskan oleh dua variabel yang digunakan. Angka tersebut tidak dapat ditafsirkan sebagai kontribusi individual dari variabel lain karena penelitian ini tidak menguji variabel-variabel tersebut.

Temuan ini membuka peluang bagi penelitian selanjutnya untuk mempertimbangkan faktor lain seperti persepsi risiko, perilaku konsumtif, gaya hidup, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, pengaruh sosial, kontrol perilaku, kondisi ekonomi, dan faktor psikologis.

4. Kesimpulan dan Saran

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan Berdasarkan analisis terhadap 32 responden generasi muda di Kota Pekalongan yang pernah menggunakan PayLater, penelitian ini menghasilkan lima kesimpulan utama.

Pertama, hasil analisis menunjukkan bahwa Literasi Keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Penggunaan PayLater. Kesimpulan ini didasarkan pada nilai koefisien regresi sebesar 0,542, nilai t-statistik sebesar 3,198, serta tingkat signifikansi 0,003.

Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) dinyatakan diterima.

Kedua, Nilai Religius memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,167, tetapi pengaruhnya terhadap Perilaku Penggunaan PayLater tidak signifikan secara statistik. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t sebesar 1,416 dan signifikansi 0,167 sehingga H2 ditolak. Hasil tersebut tidak berarti bahwa Nilai Religius tidak berkaitan dengan seluruh bentuk perilaku keuangan, melainkan menunjukkan bahwa pengaruh parsialnya belum terbukti secara statistik dalam konteks penelitian ini.

Ketiga, hasil uji simultan mengindikasikan bahwa Literasi Keuangan dan Nilai Religius secara kolektif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Perilaku Penggunaan PayLater. Hal ini ditunjukkan oleh nilai F-statistik sebesar 12,330 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000133, sehingga hipotesis ketiga (H3) dapat diterima.

Keempat, model penelitian menghasilkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,460. Artinya, Literasi Keuangan dan Nilai Religius secara simultan mampu menjelaskan 46,0% variasi Perilaku Penggunaan PayLater, sedangkan 54,0% sisanya belum dapat diterangkan oleh model yang digunakan.

Kelima, robustness check menggunakan HC3 mempertahankan kesimpulan utama penelitian. Literasi Keuangan tetap signifikan dengan p = 0,001, sedangkan Nilai Religius tetap tidak signifikan dengan p = 0,443. Dengan demikian, hasil utama penelitian memiliki konsistensi ketika diuji menggunakan standard error yang lebih robust.

4.2. Saran

Berdasarkan temuan penelitian, penguatan literasi keuangan digital perlu menjadi perhatian dalam edukasi penggunaan layanan PayLater bagi generasi muda. Edukasi bukan sekedar perlu meliputi pemahaman tentang berbagai produk keuangan sekaligus kecakapan menghitung kemampuan membayar, memahami kewajiban pembayaran, mengenali risiko kredit digital, dan mempertimbangkan kondisi keuangan pribadi sebelum menggunakan PayLater.

Bagi penyedia layanan dan pihak yang berkepentingan dalam edukasi keuangan, informasi mengenai konsekuensi penggunaan kredit digital dapat disampaikan secara lebih sederhana dan mudah dipahami oleh kelompok generasi muda.

Penelitian mendatang disarankan untuk melibatkan lebih banyak responden serta memperluas cakupan geografis penelitian agar hasil yang diperoleh mempunyai daya generalisasi yang lebih luas serta mampu diterapkan pada populasi yang lebih luas. Penelitian lanjutan juga dapat memasukkan variabel lain seperti persepsi risiko, gaya hidup, perilaku konsumtif, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, pengaruh sosial, kontrol perilaku, kondisi ekonomi, atau faktor psikologis. Di samping itu, studi selanjutnya dapat memperluas model analisis dengan memasukkan variabel mediasi atau moderasi guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif dan mendalam tentang berbagai faktor yang memengaruhi Perilaku Penggunaan PayLater.

DAFTAR PUSTAKA

Amri, A D, A Fattahillah, C Amanda, H T M Putri, N Adila, and P S Alkautsar. 2023. "Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Sikap Konsumtif Mahasiswa Universitas Jambi Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 23 (1): 227–33. doi:10.33087/jiubj.v23i1.3168.

Ardiansyah, R F, and M Sa'diyah. 2024. "The Influence of Perceived Ease, Islamic Lifestyle, and Religiosity on Consumptive Behavior of Buy Now Pay Later Users." *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*. doi:10.24256/kharaj.v8i1.9568.

Fitriyah, C K, and R N A Putri. 2024. "Literasi Keuangan Syariah Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Generasi Z Dengan Variabel Mediasi Penggunaan Paylater." *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)* 7 (4).

https://journal.ipm2kpe.or.id/index.php/COSTING/article/view/9346.

Kamil, I, M Ariani, and I A Irawan. 2024. "The Influence of Lifestyle and Financial Literacy on Online PayLater Systems and Spending Behavior." *Journal of Economics and Business Letters*. doi:10.55942/jebl.v4i2.285.

Leonita, D, and S Wulandari. 2024. "Pengaruh Fitur Shopee PayLater, Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Di Shopee." *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan* 13 (2): 554–66. doi:10.22437/jmk.v13i02.33657.

Rahman, A Z, A N Daulay, and M L I Nasution. 2025. "The Influence of Financial Literacy, Fintech, and Religiosity on Islamic Financial Behavior." *Jurnal Akuntansi, Bisnis, Dan Administrasi*. https://jurnal.polibatam.ac.id/index.php/JABA/article/download/10886/3022/34620.

Rodziah, F, T Y Afandi, and B Surindra. 2024. "The Influence of Lifestyle and Financial Literacy on the Use of Buy Now Pay Later Services." *International Journal of Economic Research and Financial Accounting*. doi:10.55227/ijerfa.v3i1.232.

Rusli, R. 2023. "The Effect of Financial Literacy on Interest in Using Fintech Payment Processors on Shopee Application." *Journal of Economic Research*. https://jurnal.feb-umi.id/index.php/JER/article/view/563.

Zein, A Z. 2025. "Financial Literacy, Consumptive Behavior, and Lifestyle on Shopee PayLater Adoption among University Students." *International Journal of Innovative Science and Engineering*. https://e-journal.uac.ac.id/index.php/iijse/article/view/6017.