BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Pendahuluan

Perkembangan teknologi dan internet yang pesat telah mengubah gaya hidup masyarakat dengan memanfaatkan akses digitalisasi dan mengintegrasikan internet ke dalam kehidupan sehari-hari. Fenomena digitalisasi semakin merambah berbagai sektor, termasuk ekonomi, yang mendorong lahirnya sebuah paradigma baru yang dikenal sebagai ekonomi digital (Komang et al., 2024). Konsep ekonomi digital merujuk pada produk dan layanan yang diperdagangkan secara elektronik, termasuk dalam konteks layanan metode pembayaran alternatif yang menggunakan teknologi untuk mengurangi ketergantungan pada uang tunai. Pendekatan ini, dikenal sebagai pembayaran non-tunai, transaksi digital, atau pembayaran elektronik, telah mendapat penerimaan luas di seluruh dunia. Dampaknya terlihat dari peningkatan signifikan dalam literatur akademis yang mencerminkan minat yang berkembang terhadap adopsi pembayaran non-tunai di masyarakat, serta dorongan yang kuat untuk terus mengembangkan konsep "pembayaran digital" yang inovatif (Niankara & Traoret, 2023). Sebagai contoh, layanan paylater merupakan salah satu jenis pembayaran digital yang sedang populer saat ini.

Paylater, telah mengubah cara konsumen berinteraksi dengan produk dan layanan. Perkembangan penggunaan layanan paylater di Indonesia menunjukkan tren pertumbuhan yang sangat signifikan dalam tiga tahun terakhir (Kredivo, 2024). Fenomena penggunaan layanan paylater di Indonesia yang semakin banyak peminatnya, terutama di kalangan Generasi Z yang dikenal sebagai generasi digital native (Sitepu & Fadila, 2024). Pada akhir tahun 2022, jumlah pengguna aktif paylater tercatat sekitar 13,25 juta orang, dengan dominasi kelompok usia muda dan pengguna yang semakin meluas ke berbagai kategori transaksi, baik online maupun offline (Bisnis.com, 2024). Memasuki tahun 2023, jumlah pengguna aktif meningkat menjadi 13,4 juta orang, dengan pertumbuhan tahunan sebesar 1,12% (Bisnis.com, 2024). Pengguna paylater didominasi oleh kelompok usia 26–35 tahun, diikuti oleh kelompok usia 36–45 tahun, serta proporsi pengguna laki-laki sebesar 56,5% dan perempuan

43,5% (Kredivo, 2024). Selain itu, terjadi peningkatan signifikan pada kategori penggunaan seperti makanan, kesehatan dan kecantikan, serta alat tulis (Kredivo, 2024). Wilayah dengan jumlah pengguna terbanyak adalah Jawa Barat, DKI Jakarta, Jawa Timur, dan Jawa Tengah (Bisnis.com, 2024). Menurut survei yang dilakukan oleh Katadata Insight Center dan Zigi diketahui generasi milenial dan generasi Z memilih pembayaran paylater sebagai metode transaksi. Generasi Z merupakan generasi yang lahir antara 1997 hingga 2012 (DJKN, 2021).

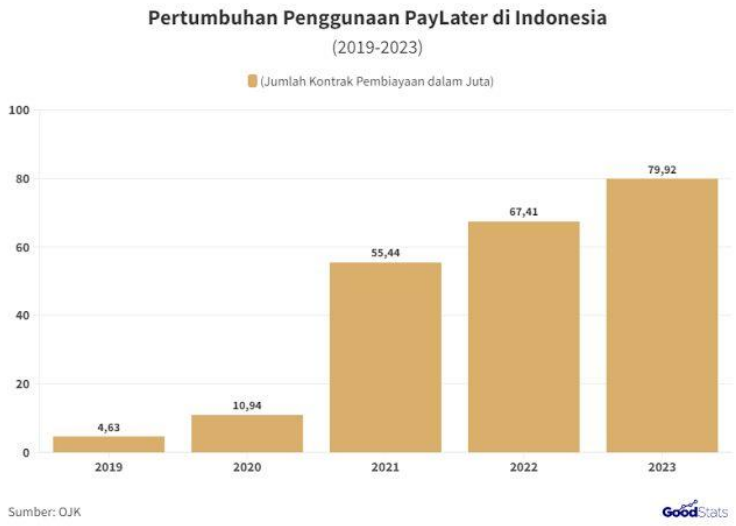
Saat ini layanan paylater yang dikenal masyarakat meliputi Spaylater, Kredivo, Gopaylater, Akulaku, Traveloka Paylater, Indodana, dan Home Credit (Waluyo et al., 2022). Berdasarkan Studi yang dilakukan oleh (Sitepu & Fadila, 2024) tentang layanan keuangan digital diketahui bahwa Spaylater atau Shopee paylater memiliki pengguna terbanyak sebesar 78,4 persen, sedangkan urutan berikutnya Gopaylater, Kredivo, Akulaku, Traveloka Paylater dan lainnya. Banyaknya layanan paylater diberbagai jenis *e-commerce* dapat membantu masyarakat dalam melakukan pembiayaan, sehingga berbagai kebutuhan masyarakat bisa terpenuhi tanpa terkendala ketersediaan keuangan. Perkembangan teknologi finansial tidak hanya meningkatkan efisiensi manajemen keuangan, tetapi juga berdampak pada pola konsumsi individu. Dalam konteks ini, teknologi finansial *(Fintech)* telah terbukti meningkatkan kecenderungan individu untuk memilih investasi jangka panjang, meskipun dorongan untuk konsumsi instan tetap ada. Selain itu, literasi keuangan dan gaya hidup menjadi mediator penting yang menentukan keberhasilan *Fintech* dalam meningkatkan kesejahteraan keuangan, khususnya di kalangan generasi muda (Munna et al., 2025). Teknologi finansial (fintech) juga dapat didefinisikan sebagai penerapan teknologi informasi dengan tujuan meningkatkan jangkauan layanan keuangan yang tersedia bagi konsumen dan bisnis. Tujuan utama fintech adalah memfasilitasi penyediaan layanan keuangan digital dengan mengurangi biaya yang terkait dengan infrastruktur keuangan dan memastikan pemanfaatan teknologi yang optimal. Tujuan perusahaan-perusahaan yang beroperasi di sektor teknologi finansial adalah guna meningkatkan efisiensi sistem keuangan melalui pemanfaatan teknologi (Saragih et al).

Tabel 1.1 Perkembangan Pengguna Paylater di Indonesia (2022–2024)

Tahun	Jumlah Pengguna (Juta Orang)	Pertumbuhan Tahunan (%)	Total Portofolio Pinjaman (Rp Triliun)	Outstanding Piutang (Rp Triliun)
2022	13,25	-	-	-
2023	13,40	1,12	-	-
2024	14,37	9,35	30,14	6,13

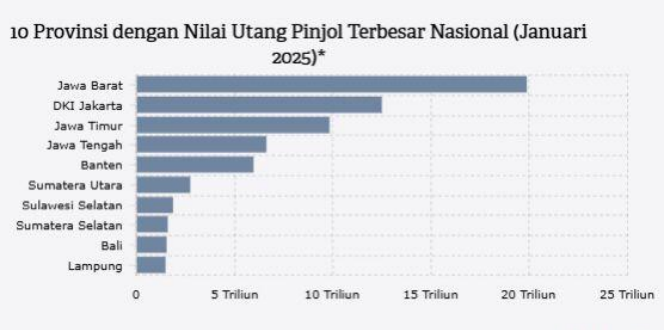
Sumber: GoodStats, 2024 & OJK, 2024

Tabel 1.1 menggambarkan tren peningkatan pengguna layanan paylater di Indonesia dari 13,25 juta pada tahun 2022 menjadi 14,37 juta pada tahun 2024. meningkat sebesar 9,35% dari tahun sebelumnya (GoodStats, 2024). Total portofolio pinjaman paylater pun mengalami kenaikan menjadi Rp30,14 triliun, dengan outstanding piutang pembiayaan mencapai Rp6,13 triliun per Maret 2024, naik 23,9% *year-on-year* (OJK, 2024). Selain itu, tabel 1.1 mengilustrasikan nilai total portofolio pinjaman dan outstanding piutang yang mencapai angka yang signifikan pada tahun 2024, mencerminkan ekspansi besar-besaran dalam volume transaksi paylater serta peningkatan aktivitas keuangan yang terjadi dalam sektor ini.



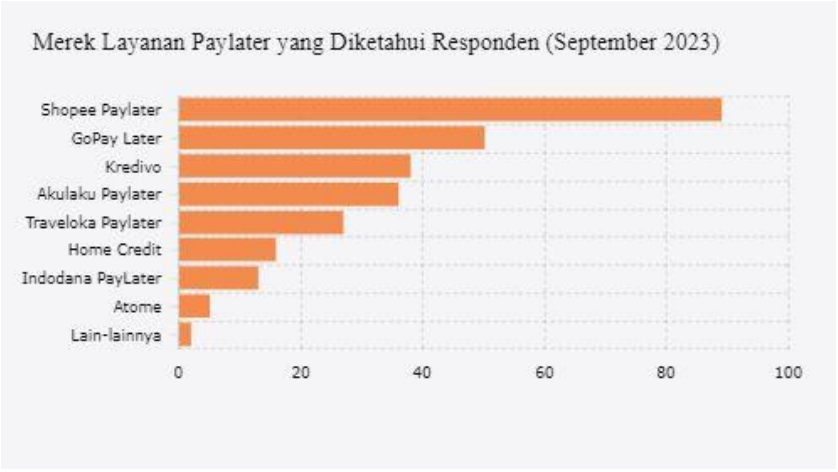
Gambar 1.1 Jumlah Kontrak Paylater (OJK 2024)

Gambar 1.1 menggambarkan jumlah kontrak paylater yang tercatat di OJK mencapai 79,92 juta kontrak, dengan kelompok usia 21-30 tahun sebagai pengguna terbanyak (48,06%), diikuti oleh kelompok usia 31-40 tahun (29,3%) (OJK, 2024).



Gambar 1.2 Wilayah Pengguna Terbanyak

Gambar 1.1 menggambarkan wilayah dengan pengguna terbanyak tetap didominasi oleh Jawa Barat, DKI Jakarta, dan Jawa Timur (GoodStats, 2025). Data ini menunjukkan bahwa layanan paylater semakin menjadi pilihan utama masyarakat, khususnya generasi muda, dalam memenuhi kebutuhan konsumsi sehari-hari (OJK, 2024). Kalangan muda yang rata-rata terdiri dari pelajar dan mahasiswa belum memiliki penghasilan tetap.



Gambar 1.3 Layanan Paylater yang Banyak Digunakan

Gambar 1.3 menggambarkan Layanan paylater yang banyak digunakan di indonesia yang pertama Shopee Paylater, GoPaylater, Kredivo, Akulaku Paylater, dll. Perkembangan *e-commerce* di Indonesia memberikan jalan mudah bagi paylater untuk

berkembang. Namun demikian, kemudahan akses layanan paylater juga menimbulkan risiko ketergantungan utang serta perilaku pembelian impulsif yang dapat berdampak negatif pada kondisi keuangan pengguna (Mappadang et al., 2025). Meskipun memberikan kemudahan, data OJK (2024) menunjukkan 23% pengguna paylater mengalami keterlambatan pembayaran yang berpotensi merusak skor kredit. Studi Sakina Sihombing (2021) menemukan 34% generasi Z mengalami impulsive buying akibat paylater dengan rata-rata utang Rp 1,2 juta per orang. Penelitian sebelumnya mengonfirmasi bahwa sifat materialistik memiliki hubungan kuat dengan perilaku pembelian impulsif dan kompulsif, terutama ketika digabungkan dengan metode pembayaran digital seperti kartu kredit atau layanan paylater. Penggunaan metode pembayaran ini memperkuat kecenderungan konsumtif yang tidak direncanakan, yang dapat berdampak negatif terhadap stabilitas keuangan (Halim & Christian, 2024). Layanan BNPL juga telah berkembang menjadi alternatif populer bagi opsi kredit tradisional. Studi oleh Biro Perlindungan Keuangan Konsumen (2020) menunjukkan bahwa layanan ini menawarkan solusi pembayaran yang fleksibel, terutama menarik bagi demografi yang lebih muda. Kemudahan dan aksesibilitas BNPL telah mendorong adopsi yang luas dalam e-commerce (Jaelani et al., 2025).

Penelitian yang dilakukan oleh Abdullah & Usman (2023) dalam (Laily, 2024) menunjukkan bahwa terdapat hubungan kausalitas antara penggunaan *e-money* dengan tingkat konsumsi mahasiswa. Studi terbaru menunjukkan bahwa penggunaan BNPL *(Buy Now Pay Later)* yang impulsif dapat menurunkan kesejahteraan finansial subjektif, terutama di kalangan mahasiswa yang memiliki penghasilan tidak tetap. Penggunaan impulsif ini sering dimediasi oleh kecenderungan perbandingan sosial dan kepercayaan individu terhadap pengaruh dalam kontrol keuangan pribadi (Mappadang et al., 2025). Dalam masyarakat kolektif seperti Indonesia, tekanan sosial dan keinginan untuk mengikuti gaya hidup teman sebaya sering menjadi pendorong perilaku impulsif tersebut.

Layanan paylater memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian tanpa harus membayar di muka, yang dapat mempengaruhi pola konsumsi mereka. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penggunaan layanan paylater dapat meningkatkan pengeluaran konsumen, terutama di kalangan generasi muda (Kumar et al., 2024). Selain itu penggunaan layanan paylater tidak hanya mempengaruhi pola

konsumsi tetapi juga mendorong peningkatan kesadaran dalam pengelolaan uang pribadi (Andra Novarianty & Maolana Hidayat, 2024). Pengelolaan uang pribadi menjadi faktor penting yang dapat memediasi hubungan antara penggunaan layanan paylater dan pola konsumsi. Dengan mempertimbangkan faktor sosial ekonomi sebagai variabel kontrol, penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana Generasi Z dalam menggunakan layanan paylater dan bagaimana pengelolaan uang pribadi mereka mempengaruhi pola konsumsi. Konsumsi adalah kebutuhan dasar bagi manusia termasuk Generasi Z, dimana kebutuhan dasar menginisiasi akuisisi produk seperti pakaian dan makanan. Namun pola konsumsi harus didorong berlandaskan nilai-nilai sosial agar tidak menonsumsi secara berlebihan terkhusus pada Generasi Z yang memiliki karakteristik unik dalam pola konsumsi (Fook & McNeill, 2020). Bagi masyarakat Indonesia terutama kalangan muda harus bijak saat melakukan transaksi menggunakan paylater. Studi yang dilakukan oleh (Laily, 2024) menunjukkan bahwa gaya hidup dan penggunaan *e-money* secara signifikan berkontribusi positif terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z di Kota Pekanbaru. Kemampuan untuk mengelola pengeluaran, menabung, dan memahami risiko keuangan merupakan indikator literasi keuangan yang signifikan dalam meningkatkan kesejahteraan keuangan. Literasi keuangan yang baik, terutama saat dikombinasikan dengan pemanfaatan teknologi finansial, dapat membantu individu menghindari jebakan utang dan perilaku keuangan yang tidak sehat (Munna et al., 2025).

Penelitian yang dilakukan oleh (Andra Novarianty & Maolana Hidayat, 2024) mengungkapkan bahwa penggunaan layanan paylater secara signifikan memengaruhi pola konsumsi Generasi Z, yang dipengaruhi oleh manajemen keuangan pribadi. Generasi Z juga menunjukkan karakteristik unik dalam perilaku konsumsi dan pengelolaan keuangan, tumbuh dalam era digital yang terhubung dan bergerak cepat. Dengan akses yang lebih mudah ke layanan digital, termasuk layanan paylater (Databoks, 2024), Generasi Z cenderung terdorong untuk melakukan pembelian lebih sering dan dalam jumlah yang lebih besar, yang dapat signifikan memengaruhi pola konsumsi mereka. Walau demikian, tanpa manajemen keuangan pribadi yang baik, penggunaan paylater berpotensi menimbulkan risiko keuangan seperti over-indebtedness dan kesulitan dalam pengaturan anggaran bulanan. Penelitian(Nurfitri & Setyaningsih, 2025) mengungkapkan 57% pengguna paylater melakukan pembelian barang tidak prioritas. Studi di Jawa Barat menunjukkan peningkatan 22% sampah tekstil akibat fast fashion yang dibeli via paylater (Pokhrel, 2024).

Pengelolaan uang pribadi menjadi variabel mediasi yang sangat penting dalam konteks ini. (Laily, 2024) menemukan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif, yang menunjukkan pentingnya pemahaman keuangan dalam mengendalikan pengeluaran. Penelitian lain oleh Dewi et al. (2021) dalam (Laily, 2024) menunjukkan bahwa pengunaan *e-money* dapat mempengaruhi perilaku konsumtif yang dimediasi oleh kontrol diri. Pengelolaan uang yang efektif dapat membantu individu mengendalikan pengeluaran, mengatur prioritas kebutuhan, serta menghindari jebakan konsumtif yang sering muncul akibat kemudahan kredit paylater (Kumar et al., 2024). Menurut teori perencanaan keuangan Garman & Forgue dalam (Afandy & Niangsih, 2020) pengelolaan uang pribadi yang baik memerlukan *budgeting* (40%), *saving* (30%), dan *debt management* (30%). Penelitian terdahulu mengindikasikan bahwa literasi keuangan dan kemampuan mengelola uang pribadi berperan besar dalam menentukan dampak penggunaan layanan paylater terhadap pola konsumsi (Kumar et al., 2024). Oleh karena itu, pemahaman mendalam tentang bagaimana pengelolaan uang pribadi memediasi hubungan antara penggunaan paylater dan pola konsumsi sangat diperlukan, terutama pada kelompok Generasi Z yang menjadi pengguna utama layanan ini.

Selain itu, Faktor sosial ekonomi perlu diperhitungkan karena dapat memengaruhi cara individu mengelola keuangannya serta respons terhadap inovasi teknologi finansial dalam penelitian ini (Mappadang et al., 2025). Kondisi sosial ekonomi, yang mencakup pendapatan, pendidikan, dan pekerjaan, dapat mempengaruhi kemampuan dan kebiasaan seseorang dalam menggunakan layanan paylater serta mengelola keuangannya (Kumar et al., 2024). Misalnya, individu dengan tingkat pendapatan yang lebih tinggi mungkin memiliki kemampuan lebih baik dalam mengelola risiko penggunaan paylater dibandingkan mereka dengan pendapatan lebih rendah (Kumar et al., 2024). Oleh sebab itu, memasukkan faktor sosial ekonomi sebagai variabel kontrol akan memberikan gambaran yang lebih akurat tentang hubungan antara penggunaan paylater, pengelolaan uang pribadi, dan pola konsumsi.

Fenomena ini juga didukung oleh tren global di mana layanan paylater menjadi bagian integral dari ekosistem pembayaran digital yang terus berkembang pesat. (Waluyo et al., 2022) dalam penelitiannya menemukan bahwa emosi positif dan *e-servqual* berpengaruh terhadap pembelian impulsif melalui paylater pada generasi muda Muslim, sementara shopping *life style*, diskon, dan persepsi risiko tidak

berpengaruh signifikan. Riset *International Data Corporation* (IDC) memproyeksikan bahwa transaksi e-commerce menggunakan paylater di Indonesia akan meningkat hingga 8,7 kali lipat pada tahun 2025 dibandingkan tahun 2020, dengan nilai transaksi mencapai USD 5,15 miliar, menjadikan Indonesia sebagai pasar terbesar BNPL di Asia Tenggara (IDC, 2021; Republika, 2022). Hal ini menegaskan posisi strategis Indonesia dalam adopsi teknologi pembayaran digital dan pentingnya pemahaman dampak sosial ekonomi dan perilaku keuangan pengguna terhadap pola konsumsi.

Selain aspek ekonomi dan teknologi yang mempengaruhi penggunaan layanan paylater, aspek psikologis dan sosial juga memiliki peran yang signifikan dalam adopsi metode pembayaran ini. Hasil penelitian yang dilakukan oleh GoodStats (2024) mengungkapkan bahwa kenyamanan dan aksesibilitas yang ditawarkan oleh layanan paylater menjadi faktor kunci yang mempengaruhi keputusan konsumen, terutama di kalangan Generasi Z dan milenial, dalam memilih paylater sebagai opsi pembayaran yang diinginkan (GoodStats, 2024). Meskipun demikian, kenyamanan ini juga dapat membawa risiko perilaku konsumtif yang tidak terkendali jika tidak dibarengi dengan praktik pengelolaan keuangan yang bijaksana. Oleh karena itu, penting untuk mengeksplorasi bagaimana faktor sosial ekonomi turut memengaruhi pola pengelolaan uang pribadi dan kebiasaan konsumsi pada pengguna layanan paylater, menjadi fokus kajian dalam penelitian ini.

Di tengah kemudahan akses terhadap layanan *fintech*, terdapat tantangan besar dalam bentuk gaya hidup konsumtif yang makin marak adapun salah satu hal terpenting untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat yaitu uang, dalam kegiatan transaksi pun menjadi sangat berkembang dengan adanya aplikasi financial teknologi dalam bentuk digital guna mendukung transaksi yang dapat digunakan dimanapun berada (Jasinda et al., 2023). Hal ini menekankan pentingnya edukasi keuangan dan regulasi yang lebih ketat terhadap penyedia layanan BNPL, agar generasi muda dapat membentuk perilaku keuangan yang lebih bijak dan berkelanjutan (Tahir et al., 2021). Selain faktor teknologi dan ekonomi, strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial juga memainkan peran penting dalam mendorong pola konsumsi, khususnya di kalangan pelaku usaha kecil hingga generasi muda. Penelitian oleh (Dina, 2024) menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial seperti Instagram secara strategis mampu meningkatkan keterlibatan konsumen dan penjualan produk, meskipun efektivitasnya sangat bergantung pada pengelolaan konten yang konsisten

dan profesional. Instagram menyediakan fitur-fitur seperti unggahan foto, video reels, IGTV, dan Instagram Shop yang dapat dimanfaatkan untuk membentuk persepsi merek dan meningkatkan intensi pembelian secara visual dan emosional. Temuan ini mengindikasikan bahwa integrasi antara strategi komunikasi digital dengan teknologi finansial seperti layanan paylater dapat membentuk pola konsumsi yang lebih aktif dan terpengaruh secara visual, terutama bagi generasi muda yang sangat terpapar oleh media sosial (Dina, 2024).

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini menjadi sangat relevan untuk dilakukan guna memberikan kontribusi ilmiah dan praktis dalam memahami dinamika penggunaan layanan paylater, pengelolaan keuangan pribadi, dan pola konsumsi pada Generasi Z. Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini diberi judul, "*PENGGUNAAN LAYANAN PAYLATER TERHADAP POLA KOMSUMSI YG DI MEDIASI OLEH PENGELOLAAN UANG PRIBADI PADA GEN Z DENGAN FAKTOR SOSIAL EKONOMI SEBAGAI VARIABEL KONTROL."*

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Apakah penggunaan layanan paylater berpengaruh terhadap pengelolaan uang pribadi pada generasi Z?
2. Apakah faktor sosial ekonomi berpengaruh terhadap pengelolaan uang pribadi?
3. Apakah penggunaan layanan paylater berpengaruh terhadap pola konsumsi pada generasi Z?
4. Apakah pengelolaan uang pribadi berpengaruh terhadap pola konsumsi pada generasi Z?
5. Apakah faktor sosial ekonomi berpengaruh pada pola konsumsi?
6. Apakah penggunaan layanan paylater berpengaruh terhadap pola konsumsi yang dimediasi oleh pengelolaan uang pribadi pada generasi Z?
7. Apakah faktor sosial ekonomi berpengaruh terhadap pola konsumsi yang dimediasi oleh pengelolaan uang pribadi pada generasi Z?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh penggunaan layanan paylater terhadap pengelolaan uang pribadi pada generasi Z.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor sosial ekonomi terhadap pengelolaan uang pribadi pada generasi Z.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh penggunaan layanan paylater terhadap pola konsumsi pada generasi Z.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pengelolaan uang pribadi terhadap pola konsumsi pada generasi Z.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor sosial ekonomi pada pola konsumsi pada generasi Z.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh penggunaan layanan paylater terhadap pola konsumsi yang dimediasi oleh pengelolaan uang pribadi pada generasi Z.
7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor sosial ekonomi terhadap pola konsumsi yang dimediasi oleh pengelolaan uang pribadi pada generasi Z.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. **Kegunaan Teoritis**

   Menambah wawasan dalam bidang penggunaan paylater khususnya yang berkaitan dengan pola konsumsi, sosial ekonomi, dan pengelolaan uang pribadi. Selain itu, dalam penelitian ini bisa menjadi inspirasi dan rujukan bagi peneliti selanjutnya. Penelitian ini juga berkontribusi dalam memperkaya literatur mengenai hubungan antara teknologi finansial, perilaku keuangan, dan faktor sosial ekonomi sebagai variabel kontrol. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi inspirasi dan acuan bagi pengembangan teori-teori terkait perilaku konsumen digital, penggunaan layanan pembayaran digital, serta dinamika pola konsumsi generasi muda. Dina (2024), yang menyatakan bahwa penggunaan media sosial dan teknologi finansial dapat membentuk pola

konsumsi yang aktif dan visual terutama bagi generasi muda. Leguina (2015) dan Sugiyono (2017), yang membahas pentingnya teknik pengumpulan data dan jumlah sampel dalam penelitian kuantitatif menggunakan SEM.

2. **Kegunaan Praktis**

   Memberikan masukan bagi Generasi Z dalam mengelola uang pribadi dalam melakukan transaksi salah satunya penggunaan paylater yang bijak agar mengindari pola konsumsi yang berlebih. Kegunaan teoritis dari proposal ini adalah untuk meningkatkan pemahaman mengenai hubungan antara penggunaan layanan paylater, pengelolaan uang pribadi, serta pola konsumsi pada generasi Z, dengan memperhatikan pengaruh faktor sosial ekonomi sebagai variabel kontrol. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya teori tentang perilaku keuangan generasi muda dalam konteks digitalisasi dan penggunaan teknologi finansial (fintech), serta mengintegrasikan aspek sosial dan ekonomi dalam model perilaku konsumsi. Menurut Dina (2024), penggunaan media sosial dan teknologi finansial mampu membentuk pola konsumsi yang lebih aktif dan visual, khususnya di kalangan generasi muda. Selain itu, teori mengenai perilaku konsumsi dan literasi keuangan yang dikembangkan oleh Fook & McNeill (2020) memperjelas bahwa karakteristik sosial dan ekonomi turut berpengaruh pada pola konsumsi dan pengelolaan uang. Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi secara teoretis dalam memperluas model tentang pengaruh layanan fintech terhadap perilaku konsumsi, serta menambahkan variabel sosial ekonomi sebagai faktor yang memoderasi hubungan tersebut. Hal ini juga selaras dengan temuan Waluyo et al. (2022), yang menekankan pentingnya faktor emosional dan persepsi risiko dalam perilaku impulsif terkait layanan paylater.

1.5 Waktu dan Periode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada waktu dan periode dari bulan September tahun 2024 hingga Mei tahun 2025, penelitian ini dijalankan dengan fokus pada eksplorasi yang mendalam mengenai dampak penggunaan layanan paylater terhadap pola konsumsi yang disusun dalam kerangka yang mengaitkan variabel tersebut dengan pengelolaan uang pribadi pada kalangan Generasi Z di seluruh Indonesia, dengan mempertimbangkan peran faktor sosial ekonomi sebagai variabel kontrol yang relevan dalam analisis yang dilakukan.