

Abstrak

Kehadiran layanan *Buy Now Pay Later (BNPL)* yang terus berkembang telah secara signifikan memengaruhi cara konsumen melakukan transaksi digital. Umumnya terstruktur sebagai kredit jangka pendek tanpa bunga, layanan ini dengan cepat mendapatkan daya tarik - terutama di kalangan generasi muda. Di Indonesia, layanan *BNPL* terus meningkat, dengan pertumbuhan signifikan dalam jumlah kontrak yang ditandatangani untuk layanan ini. Menurut laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) (2023), jumlah kontrak *BNPL* di Indonesia mencapai hampir 80 juta pada tahun 2023, menunjukkan tingkat pertumbuhan tahunan rata-rata 144,35% dalam kurun waktu lima tahun terakhir

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi generasi muda utamanya Generasi Z dalam mengadopsi layanan buy now pay later. Selain itu, penelitian dilakukan untuk menguji faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pengguna dengan menggunakan teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)* dengan menambahkan variabel *financial literacy*.

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan metode kuantitatif. Sampel penelitian diperoleh dengan menggunakan rumus slovin dengan jumlah 400 responden. Data diperoleh melalui kuesioner yang disebar kepada Gen Z di Bandung Raya. Data tersebut kemudian dianalisis dengan *Statistic Package for Social Science (SPSS)*.

Hasil penelitian menunjukkan variabel effort expectancy, social influence, dan literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap behavior intention. Selanjutnya, performance expectancy, financial literacy dan behavior intention berpengaruh signifikan terhadap use behavior. Berdasarkan hasil pengujian mediasi social influence dan financial literacy memiliki pengaruh yang signifikan terhadap use behavior melalui behavior intention sebagai variabel mediasi

Kata Kunci: Teknologi Finansial, Adopsi Keuangan, *Buy Now Pay Later* , Literasi Keuangan