

PENGARUH FINANCIAL SOCIALIZATION, FINANCIAL BEHAVIOR, DAN BUY NOW PAY LATER (BNPL) KNOWLEDGE TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION PADA GENERASI Z DI KOTA SURAKARTA

Bening Ajeng Arum Kusuma¹

beningajeng21@gmail.com¹

Naili Amalia²

nailiamalia25@gmail.com²

^{1,2}Universitas Slamet Riyadi Surakarta

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of financial socialization, financial behavior, and bnpl knowledge on behavioral intention among Generation Z in Surakarta City. The data used is quantitative data with primary data obtained through questionnaires. The sampling technique used purposive sampling with criteria of Generation Z residing in Surakarta City and having used BNPL services. The sample size used was 107 respondents. Data analysis techniques included instrument testing, classical assumption testing, descriptive analysis, multiple linear regression analysis, t-test, F-test, and coefficient of determination (R^2). The results show that finansial socialization (X_1), finansial behavior (X_2), bnpl knowledge (X_3) has a significant effect on behavioral intention (Y). The Adjusted R Square value of 0.404 means that the independent variables are able to explain 40.4% of the variation in behavioral intention, while the remaining 59.6% is explained by other variables outside the model. The conclusion of this study is that finansial socialization, finansial behavior, and bnpl knowledge significant effect on behavioral intention among generqtion Z in Surakarta City.

Keywords: Financial Socialization, Financial Behavior, BNPL Knowledge, Behavioral Intention, Generation Z.

ABSTRAK

Hasil penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh finansial socialization, finansial behavior, dan bnpl knowledge terhadap behavioral intention pada generasi Z di kota Surakarta. Data yang digunakan adalah data kuantitaatif dan data primer yang diperoleh menggunakan kuisisioner. Teknik pengambilan sampel yaitu purposive sampling dengan kriteriia generasi Z berdomisili di Kota Surakarta dan pernah menggunakan layanan BNPL. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 107

responden. Teknik analisis data meliputi uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa finansial socialization (X1), finansial behavior (X2), bnpl knowledge (X3) berpengaruh signifikan terhadap behavioral intention (Y). Nilai Adjusted R Square sebesar 0,404, artinya variabel bebas atau independen mampu menjelaskan 40,4% variasi behavioral intention, sisanya 59,6% di jelaskan oleh variabel lain di luar model. Kesimpulan penelitian ini adalah finansial socialization, finansial behavior, dan bnpl knowledge berpengaruh signifikan terhadap behavioral intention pada generasi Z di Kota Surakarta.

Kata Kunci: Financial Socialization, Financial Behavior, BNPL Knowledge, Behavioral Intention, Generasi Z.

PENDAHULUAN

Di era digital sekarang, teknologi dan informasi mengubah pola aktivitas keseharian masyarakat dan berkembang secara cepat terutama dalam kegiatan transaksi. Pertumbuhan teknologi digital membuat transformasi yang cukup besar dalam struktur keuangan, suatu inovasi yang banyak digunakan oleh masyarakat terutama pada anak muda adalah layanan *bnpl knowledge*. Menurut Singh & Sahni (2024) BNPL merupakan cara pembayaran yang membuat konsumen melakukan transaksi secara langsung dan menunda pembayaran melalui cicilan dalam jangka waktu tertentu. Layanan BNPL dinilai memberikan kemudahan, fleksibel, dan meningkatkan kenyamanan dalam transaksi digital, terutama saat aktivitas belanja *online*. Penggunaan BNPL semakin marak

seiring dengan meningkatnya aktivitas belanja daring dan gaya hidup konsumtif di kalangan Generasi Z. Di Indonesia, terdapat beberapa contoh platform yang menyediakan layanan *paylater* terkenal antara lain ShopeePay *Paylater*, Gopay *Paylater*, Traveloka, Kredivo, Akulaku, dan masih banyak lagi. Kelima platform ini mendominasi pasar *e-commerce* nasional dengan jumlah pengguna yang sangat tinggi, sehingga menjadi indikator penting dalam mengukur perkembangan dan pertumbuhan sektor perdagangan digital di Indonesia.

Data pengguna layanan *paylater* menurut IdScore pada tahun 2025 terlampir beberapa provinsi yang terdiri dari Jawa Barat sebanyak 27,70%, DKI Jakarta sebanyak 14,6%, Jawa Timur sebanyak 12,2%, Jawa Tengah sebanyak

9,55%, Banten sebanyak 7,08%, dan NTB sebanyak 4,68%. Daerah Jawa Tengah merupakan daerah dengan jumlah pengguna layanan bnpl yang menempati posisi keempat dengan persentase 9,55% dari total pengguna *paylater* di Indonesia. Tingginya pengguna *paylater* di Jawa Tengah menunjukkan bahwa layanan ini semakin diminati dan digunakan masyarakat. Dengan demikian, penulis tertarik untuk meneliti di wilayah ini terutama di Kota Surakarta guna memahami lebih dalam faktor-faktor yang mempengaruhi *behavioral intention* terhadap layanan BNPL.

Meningkatnya jumlah pengguna layanan BNPL setiap tahun tidak hanya mencerminkan kemajuan inovasi finansial, tetapi dapat menimbulkan potensi permasalahan terkait perilaku keuangan yang kurang baik. Kebanyakan data laporan statistik menyatakan siapa penggunanya, namun belum banyak mengungkap mengapa generasi Z memilih menggunakan *paylater*, bagaimana cara mereka mengelola utang tersebut, dan apa risiko terhadap kondisi keuangan jangka panjang mereka.

Kurangnya pengetahuan tentang manajemen keuangan yang bijak dapat menyebabkan seseorang terjebak dalam siklus utang, yang berpotensi

merugikan stabilitas finansial mereka (Prista, 2025). Beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Prista (2025), Lubis & Gunawan (2024), Aulia *et al.* (2025) menunjukkan bahwa *financial socialization* berpengaruh signifikan, karena proses pembelajaran keuangan sejak dini melalui keluarga dan lingkungan sekitar dapat membentuk pemahaman serta kebiasaan keuangan yang baik dalam kehidupan sehari-hari. Berbeda pada penelitian dari Dewanti & Asandimitra (2021) menelaskan bahwa *finansial socialization* tidak berpengaruh signifikan, karena *finansial socialization* yang menghasilkan mahasiswa dari orang tua, teman, dan pendidikan formal belum tentu mampu membentuk perilaku keuangan dengan baik.

Finansial behavior menelaah bagaimana individu secara nyata berperilaku dalam penentuan keuaangan. Perilaku keuangan adalah ilmu psikologi di keuangan yang mengkaji tentang seseorang menjalankan kegiatan yang berkaitan dengan keuangan (Buana & Amalia, 2025). Generasi muda terutama generasi Z cenderung mengikuti tren yang sedang viral atau bisa disebut FOMO sehingga dapat memicu perilaku konsumtif. Penelitian yang dilakukan oleh Kumar *et al.* (2025) memperoleh

finansial behavior berpengaruh terhadap *behavioral intention* BNPL, sedangkan Widari *et al.* (2026) menemukan bahwa pengaruh *financial behavior* terhadap *Pay Later Usage behavior* pada mahasiswa di Kota Semarang. Maka dari itu, penelitian ini mengulik kembali pengaruh *financial behavior* terhadap *behavioral intention* generasi Z di kota Surakarta.

Penelitian yang dilakukan Amelia & Fidiansa (2023) menunjukkan bahwa pengguna layanan bnpl pada generasi Z dipengaruhi secara positif dan signifikan, yang mengindikasikan bahwa semakin kuat faktor-faktor pendukung seperti kemudahan akses, cepat, fleksibel dalam pembayaran, dan minimnya persyaratan yang membuat BNPL menarik untuk digunakan di kalangan generasi Z. Penelitian oleh Kumar *et al.* (2025) menyatakan bahwa pengetahuan BNPL menjadi determinan yang paling kuat terhadap *behavioral intention*, sedangkan Cervellati *et al.* (2026) menemukan bahwa konsumen yang memiliki pengetahuan justru cenderung lebih rendah dalam menggunakan layanan BNPL. Adanya ketidaksamaan hasil tersebut menunjukkan adanya ketidakonsistenan temuan mengenai pengetahuan BNPL, sehingga perlu dilakukan pengujian kembali terhadap pengaruh BNPL

knowledge terhadap *behavioral intention* pada layanan BNPL.

Berdasarkan dengan meningkatnya penggunaan layanan BNPL di kalangan generasi Z, terlihat adanya perubahan pola perilaku konsumsi dan pengambilan keputusan pembelian. Fleksibilitas yang ditawarkan dari layanan BNPL memberikan peluang bagi generasi Z untuk memenuhi kebutuhan secara cepat, namun juga berpotensi menimbulkan risiko apabila tidak diimbangi dengan *financial behavior* yang bijaksana. Penelitian ini dilakukan guna mengkaji pengaruh *finansial socialization*, *financial beehavior*, *bnpl knowledge* terhadap *behavioral intention* pada generasi Z di Kota Surakarta.

KAJIAN TEORITIS

1. *Theory of Planned Behavior (TPB)*

Theory of planned behavior (TPB) yaitu bagaimana seseorang atau individu dapat memperkirakan sikap manusia bersandarkan tujuan mereka. Teori ini menjelaskan bahwa niat perilaku di pengaruhi tiga konstruk, yaitu norma subjektif, sikap perilaku, dan persepsi kontrol sikap secara bersama-sama mempengaruhi perilaku individu dan niat individu. Ajzen (2002) mengatakan bahwa perilaku terencana adalah pengetahuan tentang sikap individu yang dilakukan dengan niat

agar mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks TPB yang di sajikan oleh Ajzen, niaat perilaku (*behavioral intention*) yaitu faktor utama secara langsung mempengaruhi munculnya perilaku nyata.

2. *Financial Socialization*

Financial socialization adalah cara pembelajaran seseorang saat memahami perilaku, nilai, pengetahuan, dan perilaku keuangan yang diperoleh melalui interaksi dengan lingkungan sekitar seperti teman, keluarga, serta media. *Financial socialization* merupakan metode dimana orang-orang mendapatkan ilmu, keterampilan, dan sikap keuangan lewat hubungan seperti teman, keluarga, media, dan pendidikan (Aulia *et al*, 2025).

3. *Financial Behavior*

Financial behavior menggambarkan kemampuan seseorang saat menerapkan pengetahuan dan sikap keuangan ke dalam rutinitas sehari-hari sehingga berperan penting dalam menjaga kestabilan keuangan. Faktor psikologis, ekonomi, dan sosial juga mempengaruhi *financial behavior*, yang membentuk kebiasaan individu saat menggunakan uang. Semakin bijak perilaku keuangan seseorang atau individu, maka semakin baik juga kemampuan pengelolaan keuangan nya

dan kemampuan dalam membedakan antara keinginan dan kebutuhannya (Santiaji & Rarawahyuni, 2025).

4. *Buy Now Pay Later (BNPL) Knowledge*

Buy now pay later knowledge adalah tingkat pemahaman mahasiswa mengenai konsep, risiko, dan mekanisme penggunaan layanan BNPL, termasuk juga sistem biaya keterlambatan, cicilan, denda, serta konsekuensi finansial yang muncul akibat penggunaan yang tidak terkendali. Bachtiar *et al.* (2024) mengatakan bahwa pengetahuan keuangan, termasuk pemahaman terhadap sistem BNPL, dapat memengaruhi persepsi dan sikap seseorang dalam menggunakan layanan BNPL, sehingga berdampak pada *behavioral intention* penggunaan secara lebih rasional dan bertanggung jawab.

5. *Behavioral Intention*

Behavioral intention yaitu keinginan diri sendiri untuk melakukan kegiatan tertentu sebagai hasil dari proses evaluasi sikap, pengalaman, dan pengetahuan yang dimilikinya. Kumar *et al.*, (2025) mengatakan bahwa niat perilaku dapat mempengaruhi oleh berbagai faktor sosial dan psikologis, termasuk sosialisasi keuangan, perilaku keuangan, dan tingkat pengetahuan

seseorang yang secara bersama-sama membentuk keputusan generasi Z saat memakai layanan bnpl secara terus-menerus.

METODE PENELITIAN

Jenis data dalam penelitian ini menggunakan data kuantitatif dan sumber data yang digunakan adalah data primer. Populasi penelitian ini menggunakan generasi Z di Kota Surakarta yang pernah memakai layanan bnpl dan sampel dalam penelitian ini mengacu pada pendapat Tabachnick dan Fidell (2013) dengan jumlah sampel sebanyak 107 responden. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner di dasarkan pada kriteria skala likert. Pengujian data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. Uji Instrumen

Uji validitas membuktikan bahwa setiap variabel mempunyai $p\text{-value} < 0,05$, artinya seluruh item pernyataan kuesioner valid. Hasil dari uji reliabilitas dengan *Cronbachs Alpha* di peroleh dengan nilai variabel *financial socialization* sebesar 0,826, *financial behavior* sebesar 0,801, *bnpl knowledge* sebesar 0,823, dan

behavioral intention sebesar 0,873, maka dapat dikatakan reliabel karena memiliki nilai *Cronbachs Alpha* $\geq 0,60$.

2. Uji Asumsi Klasik

Hasil dari uji multikolinearitas membuktikan bahwa nilai *Tolerance* setiap variabel adalah X^1 sebanyak 0,869, X^2 sebanyak 0,904, dan X^3 sebanyak 0,879 ≥ 10 , maka hasil menunjukkan regresi lolos uji multikolinearitas. Hasil dari uji heteroskedastisitas menunjukkan nilai signifikansi X^1 sebanyak 0,208, X^2 sebanyak 0,163, dan X^3 sebanyak 0,987, seluruh nilai signifikansi $\geq 0,05$, maka tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Hasil dari uji normalitas di peroleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,098, nilai ini $> 0,05$, yang membuktikan bahwa residual berdistribusi normal. Hasil uji autokorelasi menggunakan uji *Runs Test* menunjukkan nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) sebesar 0,771, nilai tersebut $\geq 0,05$ dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 1

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a		T	Sig.
	Unstandardized	Standardized		
	Coefficients	Coefficients		

	B	Std. Error	Beta	
1(Constant)	-4.617	1.916		- .018 2.410
X1	.375	.084	.359	4.464.000
X2	.318	.089	.283	3.588.001
X3	.280	.087	.258	3.225.002

a. Dependent Variable: Behavioral Intention

Sumber; data diolah primer, 2026

Berdasarkan analisis regresi yang telah dihitung, membuktikan bahwa persamaan regresi yang di peroleh adalah $Y = -4,617 + 0,375 X^1 + 0,318 X^2 + 0,280 X^3$. Konstanta negatif sebesar -4,617 menjelaskan bahwa kondisi variabel independen (*finansial socialization, financial behavior, dan bnpl knowledge*) tetap konstan. Setiap peningkatan dalam *financial socialization, finansial behavior, dan bnpl knowldge* memberikan kontribusi terhadap peningkatan *behavioral intention* generasi Z, dengan koefisien setiap variabel independen sebesar 0,375, 0,318, 0,280, menunjukkannya penting nya faktor tersebut dalam mempengaruhi *behavioral intention* pada generasi Z.

Tabel 2
Hasil Uji t

Coefficients				
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	

1 (Constant)	-4.617	1.916		- .018 2.410
X1	.375	.084	.359	4.464 .000
X2	.318	.089	.283	3.588 .001
X3	.280	.087	.258	3.225 .002

a. Dependent Variable: Behavioral Intention

Sumber: Data diolah primer, 2026

Hasil uji t di atas membuktikan bahwa *financial socialization, financial behavior, dan bnpl knowledge* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* pada generasi Z.

Tabel 3
Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	300.799	3	100.266	24.931	.000 ^b
Residual	414.248	103	4.022		
Total	715.047	106			

a. Dependent Variable: Behavioral Intention

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber: Data diolah primer, 2026

Perhitungan pada tabel ANOVA membuktikan bahwa memiliki nilai F hitung sebesar 24,931 nilai signifikansi (*p-value*) sebesar 0,000, nilai signifikansi tersebut < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat dikatakan bahwa regresi tepat di gunakan untuk menduga pengaruh variabel bebas *financial socialization, financial behavior, dan bnpl knowledge* berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat *behavioral intention*.

Tabel 4
Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.649a	.421	.404	2.005

a. Predictor: (Constant), X3, X2, X1

Sumber. Data diolah primer, 2026

Berdasarkan hasil menunjukk nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,404. Dapat di artikan, besarnya sumbangan pengarh variabel X¹, X², dan X³ terhadap Y sebesar 40,4% dan sisanya (100% - 40,4%) = 59,6% di jelaskan pada variabeel lain di luar model, seperti *Finansial Literacy*, *Peer Pressure*, *Finansial Attitude*, *Self - Control*, atau faktor lainnya yang tidaak diteliti dalaam penelitian ini.

Pembahasan

1) Pengaruh *financial socialization* terhadap *behavioral intention* pada geneerasi Z di kota Surakarta

Hasil penelitian menunjukk bahwa *Financial Socialization* berpengaruh signifikan terhadaap *Behavioral Intention* pada Generasi Z di Kota Surakarta. Di buktikan nilaai signifikansi (p-value) sebesar $0,000 \leq 0,05$. Penemuan ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang di lakukan Aulia et al. (2025), Kumar et al. (2025), dan Prista, (2025) yang mengatakan

sosialisasi keuangan mempunyai pengaruh positif daan signifikan terhadap penggunaan layanan keuangan digital. Temuan ini memberikan implikasi praktis bahwa peningkatan *behavioral intention* dalam penggunaan layanan *bnpl* secara bertanggung jawab dapat dilakukan melalui penguatan proses *financial socialization*.

2) Pengaruh *finansial behavior* terhadap *behavioral intention* pada generasi Z di Kota Surakarta

Berdasarkn penelitian yang telaah dilakukan menunjukan bahwa *Financial Behavior* berpengaruh signifikan terhaadap *Behavioral Intention* pada Generasi Z di kota Surakarta. Dibuktikan pada nilai signifikansi (p value) sebesar $0,001 \leq 0,05$. Penemuan ini sejalan dengan penlitian Kumar et al. (2025) menjelaskan bahwa *finansial behavior* yang bijak akan membuat seseorang lebih berhati-hati dan selektif dalam menggunakan BNPL, serta penelitian Lubis & Gunawan, (2024) yang menemukn bahwa perilaku keuaangan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan *paylater*. Hasil penelitian ini memberikan implikasi praktis bahwa peningkatan *behavioral intention* gnerasi Z dalam menggunakan layanan *bnpl* secara

bertanggung jawab dilakukan melalui penguatan *financial behavior*.

3) Pengaruh *buy now pay later (bnpl) knowledge* terhadap *behavioral intention* pada generasi Z di Kota Surakarta

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa *BNPL Knowledge* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* pada Generasi Z di Kota Surakarta. Dbuktikan pada nilaii signifikansi (*p-value*) sbesar $0,002 \leq 0,05$. Penemuan ini mendukung penelitian Mat & Thay, (2025), Bachtiar *et al.* (2024), dan Kumar *et al.* (2025) mengtakan bahwa pengetahuan keuangan dan pengetahuan *bnpl* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* penggun BNPL. Semakin tinggi tingkat pemahaman seseorang tentang mekanisme dan konsekuensi penggunaan BNPL, semakin tinggi jugs kecenderungan mereka untk menggunakan layanan tersebut secara bijaksana. Hasil penelitian memberikan implikasi praktis bahwa peningkatan *behavioral intention* generasi Z saat menggunakan layanan *bnpl* secara bertanggung jawab dapat dilakukan melalui peningkatan pengetahuan mengenai *buy now pay later*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarrkan hasil penelitian dan hasil analisis data yang telaah dilakukan mengenai pengaruh *finansial socialization*, *finansial behavior*, dan *buy now pay later knowledge* terhadap *behavioral intention* pada Generasi Z di Kota Surakarta, maka dapat di simpulkan sebagai berikuut:

- 1) *Financial Socialization* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* pada generasi Z di kota Surakarta. Temuan ini mengindikasikan semakin tinggi tingkat *financial socialization* yang diterima oleh generasi Z dari teman, orang tua, dan media, maka semakin tinggi pula *behavioral intention* mereka dalam menggunakan layanan BNPL secara bertanggung jawab.
- 2) *Financial Behavior* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* paada generasi Z di kota Surakarta. Perolehan ini mengindikasikan bahwa semakiin baik perilaku keuangan yang dimiliki oleh gnerasi Z, seperti disiplin dalam beranggaran dan ketepatan dalam pembayaran, maka semakin tinggi pula *behavioral intention* mreka sebagai pwngguna layanqn *bnpl*.

- 3) *Buy Now Pay Later (BNPL) Knowledge* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* pada generasi Z di kota Surakarta. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan generasi Z tentang biaya, risiko, perencanaan, dan pengelolaan BNPL, maka semakin tinggi niat perilaku seseorang sebagai pengguna layanan bnpl secara bijaksana.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, P. N., Fidiansa, P. A., & Risa, C. S. (2023). *Fenomena Penggunaan Paylater di Kalangan Mahasiswa*.
- Aulia, S. D., Fattah, V., Muslimin, M., & Rianty, C. (2025). Pengaruh Financial Socialization dan Sikap Keuangan terhadap Penggunaan Paylater pada Gen Z Kota Palu. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, 16(3), 665–677. <https://doi.org/10.33059/jseb.v16i3.11368>
- Bachtiar, S., Yuli Kartika, & Salsabila, S. T. (2024). The Effect of Financial Knowledge, Perceived Trust and Perceived Use on Interest in Using Shopee Paylater. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 11(1), 405–416. <https://doi.org/10.33096/jmb.v11i1.733>
- Buana, D. T., & Amalia, N. (2025). Pengaruh Persepsi Risiko, Perilaku Keuangan, dan Pengetahuan Investasi Terhadap Keputusan Investasi pada Generasi Z di Kota Surakarta. *PENG: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 3(1), 1075–1090. <https://doi.org/10.62710/708p0x25>
- Cervellati, E. M., Filotto, U., Sgrulletti, D., & Stella, G. P. (2026). Buy now, pay later consumer credit behavior: Impacts on financing decisions. *Qualitative Research in Financial Markets*, 18(1), 287–299. <https://doi.org/10.1108/QRFM-07-2024-0185>
- Widari, D. P. E., Zakaria, F., Puspitasari, D., & Oktariza, L. A. (2026). Peran Sosialisasi Keuangan, Perilaku Keuangan, dan Pengetahuan Pay Later Terhadap Perilaku Penggunaan Pay Later: (Studi Kasus pada Mahasiswa Kota Semarang). *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 6(2), 1208–1224. <https://doi.org/10.55606/jaemb.v6i2.10652>
- Dewanti, V. P., & Asandimitra, N. (2021). Pengaruh Financial Socialization, Financial Knowledge, Financial Experience terhadap Financial Management

- Behavior dengan Locus of Control sebagai Variabel Mediasi pada Pengguna Paylater. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 863–875. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n3.p863-875>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (Edisi 10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Hira, T. K., Sabri, M. F., & Loibl, C. (2013). Financial socialization's impact on investment orientation and household net worth. *International Journal of Consumer Studies*, 37(1), 29–35. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12003>
- Kumar, P., Yadav, M., Ahlawat, P., Sharma, V., & Saini, M. (2025). Do financial socialization, financial behavior, and knowledge determine consumers' attitude and behavioral intention toward buy-now-pay-later. *Pengaruh Sosialisasi Keuangan, Pengetahuan Keuangan, Pengalaman Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Dengan Locus of Control Sebagai Variabel Mediasi pada Pengguna Shopee Paylater di Kecamatan Babalan Langkat. Journal of Economic, Bussines and Accounting (Costing)*, 7(4), 10325–10344. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i4.10425>
- Mat, A., & Thay, N. I. (2025). *Buy Now, Pay Later: Understanding BNPL Trends Among Generation Z*. 34.
- Muzakkir, Syam, N. A., & Fatwa, S. (2025). *Integrasi Layanan Fintech Dalam Platform E-commerce: Studi Kasus Penggunaan Paylater Pada Generasi Z*. 10 (1).
- Prakash, N., Alagarsamy, S., & Hawaldar, A. (2022). Demographic characteristics influencing financial wellbeing: A multigroup analysis. *Managerial Finance*, 48(9/10), 1334–1351. <https://doi.org/10.1108/MF-09-2021-0466>
- Prista, A. N. (2025). *Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang 2025*.
- Putri, J. N., & Andayani, S. (2024). *Pengaruh Financial Literacy, Financial Attitude, dan Financial Self-*

- Efficacy Terhadap Saving Behavior Pengguna Paylater*. 20.
- Santiaji, D. S., & Rarawahyuni, I. (2025). *Pengaruh Literasi Keuangan, Peer Pressure, Financial Behavior, Dan Self-Control Terhadap Perilaku Konsumtif Ibu Muda Perspektif Ekonomi Islam*. 3.
- Singh, N., & Sahni, S. (2024). Buy Now Pay Later: Emerging Technique In Online Shopping For Attracting Consumers. *ShodhKosh: Journal of Visual and Performing Arts*, 5(5). <https://doi.org/10.29121/shodhkosh.v5.i5.2024.4145>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology1. *MIS Quarterly*, 36(1), 157-178. <https://doi.org/10.2307/41410412>
- Zainudin, R., Mahdzan, N. S., & Yeap, M.-Y. (2019). Determinants of credit card misuse among Gen Y consumers in urban Malaysia. *International Journal of Bank Marketing*, 37(5), 1350-1370. <https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2018-0215>
- Zebua, T. N., Duha, T., Bate'e, M. M., & Gulo, H. (2025). Pengaruh Gaya Hidup Buy Now Pay Later Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nias. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 2167-2182. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2272>.