



PROSIDING

Seminar Nasional IKIP PGRI Bojonegoro

“Membangun Budaya Inovasi dalam Meningkatkan Sumber Daya Manusia Berkelanjutan”

PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN SHOPEE PAYLATER TERHADAP IMPULSE BUYING PRODUK FASHION PADA MAHASISWA PRODI PENDIDIKAN EKONOMI IKIP PGRI BOJONEGORO

Ely Rosalia¹, Ayis Crusma Fradani², Fruri Stevani³

¹IKIP PGRI Bojonegoro. Email: elyrosalia409@gmail.com

Abstract

This study is prompted by the presence of impulsive buying behavior among economics education study program students. The purpose of this study is to see how financial literacy and Shopee Paylater affect impulse buying of fashion goods among economic education study program students. The research methodology is descriptive quantitative. This study employs a probability sample strategy with a purposive sampling approach. The population was 237 students, using a sample size of 149 respondents. Questionnaires and paperwork were utilized to collect the data. After that, descriptive analysis, classical assumption testing, and hypothesis testing are employed to analyze the data. According to the data, financial literacy and shopee paylater have both a partial and simultaneous effect on impulsive buying.

Keywords: Financial Literacy, shopee paylater, impulse buying.

Abstrak

Penelitian ini didorong oleh adanya perilaku impulse buying di kalangan mahasiswa program studi pendidikan ekonomi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana literasi keuangan dan Shopee Paylater mempengaruhi pembelian barang fashion secara impulsif di kalangan mahasiswa program studi pendidikan ekonomi. Metodologi penelitian adalah deskriptif kuantitatif. Penelitian ini menggunakan strategi probability sample dengan pendekatan purposive sampling. Populasi adalah 237 mahasiswa, menggunakan ukuran sampel 149 mahasiswa. Kuesioner dan dokumen digunakan untuk mengumpulkan data. Kemudian, Analisis deskriptif, uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis digunakan sebagai Teknik analisis data. Dari data yang diperoleh memberikan hasil bahwa adanya pengaruh secara parsial dan simultan pada literasi keuangan dan shopee paylater terhadap impulse buying.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Shopee Paylater, Perilaku Impulsif.

PENDAHULUAN

Evolusi teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan pengaruh terhadap banyak elemen kehidupan pada era digitalisasi, termasuk keuangan. Industri keuangan memiliki pengaruh yang signifikan pada sektor ekonomi. Kemajuan teknologi juga membawa kemudahan bagi dunia usaha khususnya perdagangan (Novendra & Aulia, 2020:49). Istilah *e-commerce* muncul dari kegiatan yang memadukan perdagangan dan teknologi informasi (Hendarsyah, 2019:49). Seiring dengan perubahan pola hidup masyarakat dan juga berkembangnya teknologi, belanja online telah digemari masyarakat dan menjadi faktor pendukung *e-commerce* di Indonesia (Simon et al, 2021:347). Ada berbagai macam platform

perdagangan online yang ada di Indonesia, termasuk Shopee. Shopee dapat diartikan sebagai aplikasi jual beli secara online dengan akses yang mudah melalui perangkat (Fradani, A.C dkk, 2023:489). Selain *e-commerce* seperti Shopee yang semakin berkembang di Indonesia, teknologi di bidang keuangan juga ikut berkembang dengan menciptakan inovasi baru yaitu *financial technology* (Fitri dkk, 2022:489). *Fintech* merupakan hasil perkembangan teknologi pada sektor jasa industri keuangan. Layanan ini mengintegrasikan aktivitas gaya hidup digital seperti pembelian ke dalam kehidupan sehari-hari (Stevani, F dkk, 2023:2272). Salah satu inovasi dari *financial technology* adalah *paylater* (Fitri dkk, 2022:489).

Kemampuan *Paylater* menyederhanakan sistem perdagangan online dalam hal prasyarat, pendaftaran, dan proses aktivasi yang cepat (Anastasya, 2020:401). Kemudian, Canestren dan Saputri (2020:490) menyatakan bahwa fitur *paylater* adalah solusi pembiayaan online yang tidak memerlukan kartu kredit sehingga memudahkan pengguna untuk membayar transaksi mereka di kemudian hari, sekaligus atau dengan tarif yang ditetapkan, sehingga memudahkan pembayaran. Karena kemudahan pembayaran, pembeli sering tidak dapat mengendalikan hasrat untuk melakukan pembelian suatu barang yang menarik ini dikenal sebagai pembelian impulsif (Widawati, 2011:73). *Impulse buying* didefinisikan sebagai tindakan pembelian yang tidak berhubungan dengan kebutuhan atau rencana pembelian (Saputra H.A, 2022:348). *Impulse buying* dapat menimbulkan dampak negatif bagi individu, sesuai dengan pendapat dari Tinarbuko (2006:1528) yang menyatakan bahwa pembelian impulsif dapat memberikan dampak negatif bagi individu, hal ini menjelaskan bahwa pembelian impulsif berdampak pada peningkatan biaya pengeluaran, perasaan menyesal terkait permasalahan keuangan, dan keinginan untuk memanjakan diri dalam berbelanja serta perasaan kecewa akibat pembelian produk yang berlebihan.

Fenomena yang banyak ditemui di kalangan pelajar atau mahasiswa seperti membuat keputusan pembelian yang terburu-buru tanpa mendapatkan pengetahuan tentang pemahaman manajemen keuangan yang baik. Banyak orang yang belum memiliki literasi keuangan, dan meluasnya pemanfaatan literasi keuangan dari berbagai informasi sebatas berita saja tanpa diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari (Juliardi, 2018:73). Literasi keuangan didefinisikan sebagai kemampuan untuk menggunakan dan mengelola uang untuk mencapai kesejahteraan finansial jangka panjang (Kurniawan dkk., 2022:79). Literasi keuangan bermanfaat bagi pengguna *e-commerce*, ketika pengguna melek finansial maka mendapatkan kendali atas perilaku belanja mereka (Putri dkk, 2016:74). Pemahaman literasi keuangan diperlukan untuk meminimalkan perilaku konsumsi saat membeli barang dan jasa (Irmawati dkk, 2013:74). Berdasarkan observasi awal penelitian, terdapat 149 mahasiswa yang melakukan pembelian produk menggunakan Shopee *paylater*. Mahasiswa yang pernah transaksi menggunakan *paylater* mayoritas dari mahasiswa perempuan, hal ini didasari karena konsumsi perempuan jauh lebih banyak daripada laki-laki. Pembelian mahasiswa merupakan pembelian spontan atau menunjukkan perilaku pembelian impulsif. Terbukti dari pembelian secara tiba-tiba, perasaan ingin membeli produk timbul tanpa direncanakan sebelumnya serta membeli barang tanpa berpikir ulang. Produk *fashion* adalah produk yang biasa di beli oleh

mahasiswa di shopee. Pembelian yang dilakukan secara online di shopee berawal dari gairah yang tidak dapat dikendalikan sebagai perempuan yang notabene gemar berbelanja, sehingga dampak kebelakang atau akibat pembelian spontan sering diabaikan. Penggunaan shopee *paylater* sebagai transaksi dalam pembayaran mempermudah mahasiswa untuk membeli produk, hal ini disebabkan fitur *paylater* memiliki sistem “beli sekarang, bayar nanti”.

Dalam observasi terkait literasi keuangan menunjukkan bahwa literasi keuangan beberapa mahasiswa masih minim. Kurangnya pemahaman tentang pengetahuan keuangan seperti investasi atau asuransi dalam pengelolaan keuangan, kurangnya pemahaman tentang perilaku keuangan seperti menabung secara aktif, berpikir ulang sebelum membeli sesuatu, dan cenderung tidak memperhatikan secara seksama permasalahan keuangan serta belum memiliki tujuan keuangan jangka panjang. Dan kurangnya pemahaman tentang sikap keuangan seperti cenderung memprioritaskan keinginan jangka pendek daripada keamanan jangka panjang. Dari pernyataan yang sudah dijelaskan, tujuan penelitian ialah untuk menguji pengaruh dari literasi keuangan dan shopee *paylater* terhadap *impulse buying*. Oleh karena itu, peneliti ingin melakukan penelitian berjudul "PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN SHOPEE *PAYLATER* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PRODUK *FASHION* PADA MAHASISWA PRODI PENDIDIKAN EKONOMI IKIP PGRI BOJONEGORO".

METODE

Jenis penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Populasi yang digunakan 237 mahasiswa dengan sampel berjumlah 149 mahasiswa. Pendekatan pengambilan sampel adalah purposive sampling dengan rumus Slovin. Metode dalam mengumpulkan data adalah angket dan dokumentasi, serta analisis data yang peneliti gunakan meliputi analisis deskriptif, uji prasyarat analisis seperti uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, uji multikolinearitas, dan uji heterokedastisitas, serta uji hipotesis seperti analisis regresi berganda, koefisien determinasi, uji parsial (uji T), dan uji simultan (F).

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL ANALISIS DESKRIPTIF

Analisis deskriptif merupakan pengujian yang berfungsi untuk menggambarkan atau memberikan deskripsi tentang data yang telah dikumpulkan. Berikut tabel 1 merupakan output dari pengujian analisis deskriptif :

Tabel 1 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

	Descriptive statistic				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Literasi keuangan	149	15	22	17.92	1.613
Shopee <i>paylater</i>	149	25	35	29.84	1.701
Impulse buying	149	19	30	25.17	1.876
Valid N (listwise)	149				

Sumber : data diolah SPSS 29.0

Dari hasil pengujian diatas, dapat dinyatakan literasi keuangan dengan nilai Min 15, Max 22, Mean 17,92 dan Std. Deviasi 1.613, kemudian shopee *paylater* dengan nilai Min 25, Max 35, Mean 29,84 dan Std. Deviasi 1,701, dan *impulse buying* dengan nilai Min 19, Max 30, Mean 25,17 dan Std. Deviasi 1,876.

HASIL UJI PRASYARAT ATAU ASUMSI KLASIK

UJI NORMALITAS

Uji normalitas menentukan apakah data yang dikumpulkan dari masing-masing variabel didistribusikan secara normal atau tidak. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Kolmogorov-Smirnov*, dengan hasil berikut ini :

Tabel 2 Hasil Uji Normalitas

One-Sampel Kolmogorov Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			149
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.78631452
Most Extreme Differences	Absolute		.071
	Positive		.033
	Negative		-.071
Test Statistic			.071
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.062
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		.063
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.056
		Upper Bound	.069

Sumber : data diolah SPSS 29.0

Dari hasil pengujian diatas, menunjukkan *asympt.sig* dengan nilai $0,062 > 0,05$ oleh karena itu dapat dikatakan bahwa model regresi berdistribusi "NORMAL".

UJI LINEARITAS

Uji linearitas dimaksud untuk menentukan apakah variabel independen, literasi keuangan (X1) dan shopee *paylater* (X2), memiliki korelasi atau hubungan linier dengan variabel dependen *impulsive buying* (Y). Uji linearitas menghasilkan output sebagai berikut:

Tabel 3 Hasil Uji Linearitas literasi keuangan (X1) terhadap *impulse buying* (Y)

ANOVA Table							
			Sum of squares	df	Mean squares	F	Sig.
Impulse buying * literasi keuangan	Between groups	(combined)	52.942	7	7.563	2.279	.031
		Linearity	17.046	1	17.046	5.137	.025
		Deviation from linearity	35.896	6	5.983	1.803	.103
	Within groups		467.864	141	3.318		
Total			520.805	148			

Sumber : data diolah SPSS 29.0

Dari hasil pengujian diatas menyatakan signifikansi linearity $0,025 < 0,05$ oleh karena itu dapat dinyatakan bahwa literasi keuangan mempunyai korelasi linier terhadap *impulse buying*.

Tabel 4 Hasil Uji Linearitas Shopee *Paylater* (X2) Terhadap *Impulse Buying* (Y).

			ANOVA Table				
			Sum of squares	df	Mean squares	F	Sig.
Impulse buying* shopee paylater	Between groups	(combined)	65.624	10	6.562	1.990	.039
		Linearity	33.091	1	33.091	10.032	.002
		Deviation from linearity	32.533	9	3.615	1.096	.370
Within groups			455.181	138	3.298		
Total			520.805	148			

Sumber : data diolah SPSS 29.0

Dari hasil pengujian diatas menyatakan signifikansi linearity $0,002 < 0,05$ oleh karena itu dapat dinyatakan bahwa Shopee *paylater* mempunyai korelasi linier terhadap *impulse buying*.

UJI MULTIKOLINEARITAS

Uji multikolinearitas menentukan apakah variabel independen memiliki korelasi yang sangat kuat atau sempurna. Model regresi harus bebas dari multikolinearitas. Uji multikolinearitas memberikan hasil sebagai berikut:

Tabel 5 Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a						
Model		Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	t	Sig	Collinearity statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(constant)	13.476	3.027		4.452	<.001		
	Literasi keuangan	.200	.092	.172	2.186	.030	.999	1.001
	Shopee paylater	.271	.087	.246	3.121	.002	.999	1.001

Sumber : data diolah SPSS 29.0

Dari hasil pengujian diatas, pada variabel literasi keuangan dan shopee paylater memiliki hasil *Variance Inflation Factor* $1,001 < 10$ serta tolerance $0,999 > 0,1$ maka dapat dikatakan "TIDAK TERJADI MULTIKOLINEARITAS".

UJI HETEROKEDASTISITAS

Uji heterokedastisitas menentukan ada atau tidaknya pertidaksamaan varian dalam residu model regresi. Model regresi harus tidak memiliki masalah heterokedastisitas. Berikut ini merupakan hasil dari Uji heterokedastisitas :

Tabel 6 Hasil Uji Heterokedastisitas

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(constant)	5.671	1.866		3.039	.003
	Literasi keuangan	-.099	.057	-.142	-1.744	.083
	Shopee paylater	-.084	.054	-.128	-1.575	.118

Sumber : data diolah SPSS 29.0

Dari hasil pengujian diatas, literasi keuangan mempunyai signifikansi $0,083 > 0,05$ dan pada shopee *paylater* mempunyai signifikansi $0,118 > 0,05$ sehingga dapat dikatakan "TIDAK TERJADI HETEROKEDASTISITAS".

UJI HIPOTESIS

ANALISIS REGRESI BERGANDA

Model regresi berganda menentukan pengaruh literasi keuangan (X1) dan Shopee paylater (X2) terhadap impulse buying (Y). Berikut hasil dari Analisis regresi berganda :

Tabel 7 Hasil Analisis Regresi Berganda

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(constant)	13.476	3.027		4.452	<.001
	Literasi keuangan	.200	.092	.172	2.186	.030
	Shopee paylater	.271	.087	.246	3.121	.002

Sumber : data diolah SPSS 29.0

Dari hasil perhitungan diatas, didapatkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 13,476 + 0,200X_1 + 0,271X_2$$

Regresi diatas dapat dinyatakan bahwa nilai konstanta 13,476 yang berarti jika literasi keuangan dan shopee *paylater* sama dengan nol maka nilai peningkatan *impulse buying* menjadi sebesar 13,476. Kemudian, nilai koefisien literasi keuangan 0,200 menyatakan bahwa literasi keuangan naik satu tingkat itu berarti *impulse buying* memberikan peningkatan senilai 0,200. Dan nilai koefisien *shopee paylater* 0,271 menyatakan bahwa shopee *paylater* naik satu tingkat itu berarti *impulse buying* memberikan peningkatan senilai 0,271.

UJI KOEFISIEN DETERMINASI (R²)

Analisis Koefisien determinasi menentukan kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen, serta persentase variabel independen yang berkontribusi terhadap variabel dependen sekaligus. berikut merupakan hasil Uji koefisien determinasi :

Tabel 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.305 ^a	.093	.081	1.799

Sumber : data diolah SPSS 29.0

Dari pengujian diatas, R Square memiliki nilai 0,093 atau 9,3% , sehingga dapat dikatakan bahwa literasi keuangan dan shopee paylater memberikan kontribusi pengaruh pada *impulse buying* 9,3%.

UJI PARSIAL (UJI T)

Uji parsial menentukan pengaruh pada variabel-variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Uji parsial memberikan hasil sebagai berikut :

Tabel 9 Hasil Uji T variabel literasi keuangan (X1) terhadap *impulse buying* (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(constant)	21.397	1.697		12.606	<.001
	Literasi keuangan	.210	.094	.181	2.230	.027

Sumber : data diolah SPSS 29.0

Berdasarkan tabel 9 menunjukkan signifikansi sebesar $0,027 < 0,05$ dan $t(\text{hitung}) 2,230 > t(\text{tabel}) 1,976$ sehingga dapat dikatakan literasi keuangan memiliki pengaruh parsial terhadap *impulse buying*.

Tabel 10 Hasil Uji T Shopee Paylater (X2) Terhadap *Impulse Buying* (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(constant)	16.872	2.631		6.413	<.001
	Shopee paylater	.278	.088	.252	3.158	.002

Sumber : data diolah SPSS 29.0

Berdasarkan tabel 10 menunjukkan signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$ dan $t(\text{hitung}) 3,158 > t(\text{tabel}) 1,976$ sehingga dapat dikatakan shopee paylater terdapat pengaruh parsial pada *impulse buying*.

UJI SIMULTAN (UJI F)

Uji simultan menentukan seberapa besar pengaruh literasi keuangan dan shopee paylater secara bersama-sama terhadap *impulse buying*. Berikut merupakan hasil dari Uji simultan :

Tabel 11 Hasil Uji Simultan (UJI F)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of squares	df	Mean squares	F	Sig.
1	Regression	28.549	2	24.275	7.505	<.001 ^b
	Residual	472.256	146	3.235		
	Total	520.805	146			

Sumber : data diolah SPSS 29.0

Dari hasil pengujian diatas, signifikansi pada uji simultan $0,001 < 0,05$ serta $F(\text{hitung}) 7,505 > F(\text{tabel}) 3,06$ maka dinyatakan literasi keuangan dan shopee paylater berpengaruh secara simultan pada pembelian impulsif (*impulse buying*).

Pengaruh Literasi Keuangan (X1) Terhadap *Impulse Buying* (Y) produk fashion

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh parsial pada *impulse buying*. Ketika seseorang memahami literasi keuangan, ia cenderung tidak mengambil keputusan pembelian secara spontan (*impulse buying*). Sebaliknya, ketika pemahaman literasi keuangan minim, maka berpengaruh terhadap keputusan pembelian spontan atau perilaku *impulse buying*. Literasi keuangan memiliki keterkaitan dengan perilaku keuangan atau *behavior finance*, adalah studi yang menjelaskan tentang aspek psikologis yang berpengaruh pada perilaku keuangan, terutama bagaimana orang membuat keputusan atau pengambilan keuangan dan pembelian (Tri Nanda et al., 2023: 2013).

Hasil penelitian ini sejalan dengan Anisa Nur Aini dkk (2020) yang melakukan penelitian berjudul "The influence of financial literacy on impulsive behavior in generation Y." Temuan pada penelitian ini memberikan hasil bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap perilaku pembelian impulsif pada generasi Y, dengan pengelolaan keuangan sebagai indikator yang paling dominan dalam mendukung terjadinya pembelian impulsif. Lebih lanjut, Tri Nanda dkk (2023) juga menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh besar terhadap *impulse buying*.

Pengaruh shopee *paylater* (X2) Terhadap *Impulse Buying* (Y) Produk Fashion

Temuan penelitian menunjukkan bahwa shopee *paylater* memiliki pengaruh parsial pada *impulse buying*. Ketika penggunaan *paylater* dilakukan secara berulang, maka berdampak pada keputusan pembelian spontan dengan akses kemudahan yang disediakan oleh *paylater*, namun ketika penggunaan shopee *paylater* ini tidak dilakukan secara berlebihan maka akan berpengaruh pada menurunnya kemungkinan keputusan pembelian spontan. Sistem pembayaran menggunakan *paylater* semakin menjadi pendorong pembelian impulsif dan menjadi sistem pembayaran yang banyak diminati konsumen (A. Saleh dkk, 2023:353).

Temuan penelitian ini konsisten dengan temuan A. Saleh et al. (2023), yang melakukan penelitian berjudul "Pengaruh Penggunaan Shopee *Paylater* terhadap Pembelian Impulsif

pada mahasiswa." Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa Shopee Paylater memiliki pengaruh pada *impulse buying* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Cherly Ramadany dan Sherly Ardita (2022) juga menunjukkan hasil bahwa *shopee paylater* mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap *impulse buying*.

Pengaruh Literasi Keuangan (X1) dan Shopee *paylater* (X2) Terhadap *Impulse Buying* (Y) Produk *Fashion*

Temuan pada penelitian ini mengungkapkan pengaruh simultan literasi keuangan dan *shopee paylater* produk *fashion* pada mahasiswa prodi pendidikan ekonomi. Ketika pengelolaan keuangan rendah dengan penggunaan *paylater* yang berlebihan, hal ini akan membuat perilaku *impulse buying* semakin tinggi, pemahaman keuangan menjadi tolok ukur seseorang melakukan suatu keputusan pembelian secara spontan atau tidak. Semakin tinggi literasi keuangan seseorang maka akan semakin kecil kemungkinan seseorang tersebut melakukan *impulse buying*. Sebaliknya semakin rendah literasi keuangan maka semakin besar kemungkinan untuk melakukan *impulse buying*. Pembelian impulsif adalah perilaku yang ditunjukkan konsumen ketika membeli suatu produk yang tidak direncanakan secara langsung. Pembelian impulsif (*impulse buying*) adalah suatu kecenderungan konsumen atau pembeli untuk melakukan pembelian barang secara spontan atau langsung (Agus Kurniawan dkk, 2023:490).

Temuan penelitian ini konsisten dengan penelitian Grahita Diaza dan Mardiana (2023) berjudul "Pengaruh *shopee paylater* dan literasi keuangan terhadap pembelian impulsif pada mahasiswa UIN Malang jurusan manajemen". Studi ini menemukan bahwa *shopee paylater* memiliki pengaruh pada *impulse buying*, seperti halnya literasi keuangan.

SIMPULAN

Berdasarkan paparan hasil diatas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh parsial pada *impulse buying*, kurangnya pemahaman literasi keuangan mempengaruhi keputusan pembelian secara spontan tanpa dilandasi pemikiran yang matang. Kemudian, terdapat pengaruh secara parsial pada *shopee paylater* terhadap *impulse buying*, penggunaan *shopee paylater* sebagai alat pembayaran berpengaruh terhadap keputusan pembelian spontan oleh mahasiswa. Serta terdapat pengaruh simultan pada literasi keuangan dan *shopee paylater* terhadap *impulse buying*. Literasi keuangan yang rendah dengan penggunaan *shopee paylater* yang berlebihan berpengaruh meningkatkan perilaku *impulse buying*.

DAFTAR RUJUKAN

- Anisa, N.A., et al. 2020. Financial Literacy on Impulsive Buying Behavior in Y Generation. *Journal Quantitative Economics and Management*, 1(1), 70-75.
- Astini, K.P.A., & Gede, W.P. 2022. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 13(2), 991-1002.
- Aulia, T. N., et al. 2023. Pengaruh Penggunaan E-Wallet dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif. *Riset & Jurnal Akuntansi*, 7(3), 2010-2020.

- Julita, E., et al. 2022. Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2953-2957.
- Kurniawan, A., Fradani, A. C., & Indriani, A. 2023. Pengaruh Fitur *Pay Later* dalam Aplikasi *Shopee* terhadap Perilaku Impulse Buying. *Jurnal Seminar Nasional FPMIPA 2023*, 489-494.
- Maghfiroh, E.L., & Jojok, D. 2023. Pengaruh Literasi Keuangan, *Life Style*, *Financial Attitud* dan *Self-Control* Terhadap *Financial Management Behavior*. *Jurnal Ilmiah Adminiastasi Bisnis dan Inovasi*, 7(1), 99-114.
- Pratnyawati, G. D. T & Mardiana. 2023. Pengaruh Shopee Paylater dan Literasi Keuangan Terhadap Pembelian Impulsive Pada Mahasiswa UIN Malang Jurusan Manajemen. *Jurnal Ekonomi Unisla*, 24(1), 72-83.
- Putri, S.E., et al. 2023. Pengaruh Literasi Keuangan dan technology acceptance model Terhadap Minat Menggunakan Paylater Pada Mahasiswa. *Jurnal ekonomi, keuangan dan manajemen*, 19(1), 64-72.
- Ramadany, C., & Sherly, A. 2022. Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada Generasi Milenial dan Generasi Z di Indonesia. *Journal Of Management*, 6(1), 606-614.
- Saleh F. T. I. A., et al. 2023. Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa. *Journal of Management & Bisnis*, 6(1), 347-357
- Sari, F.D.E., Stevani, F., & Irhadtanto, B. 2023. Pengaruh Penggunaan Shopee pay sebagai Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif. *Jurnal Seminar Nasional Daring*, 2271-2283.
- Sari, I.P., et al. 2023. Pengaruh Fitur Pembayaran Shopee Paylater Dalam Media E-Commerce Shopee Terhadap Kepercayaan Belanja Online Pada Mahasiswa FSIP Universitas Bengkulu. *Jurnal Kaganga*, 7(1), 105-114.