

## Pengaruh Gaya Hidup, Literasi Keuangan dan Kemudahan Pengguna Terhadap Keputusan Pengguna Spaylater Bagi Karyawan

Dita Kus Khaerunnisa<sup>1)</sup>, Jaya Ramadaey Bangsa<sup>2)</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Ngudi Waluyo, Kabupaten Semarang, Indonesia

E-mail: [1ditakhaerunnisa18@gmail.com](mailto:1ditakhaerunnisa18@gmail.com), [2jayaramadaeybangsa@unw.ac.id](mailto:2jayaramadaeybangsa@unw.ac.id)

Article Information

Submit: 26-02-2026

Revised: 16-05-2026

Accepted: 28-05-2026

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup, literasi keuangan, dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan *Spaylater* pada karyawan. Fenomena meningkatnya penggunaan layanan *Spaylater* di kalangan karyawan menunjukkan adanya perubahan perilaku konsumsi yang dipengaruhi oleh kemudahan teknologi dan gaya hidup digital, namun berpotensi menimbulkan risiko keuangan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan *explanatory research*. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada karyawan pengguna *Spaylater* di PT Seiden Sticker. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares* (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *Spaylater*. Sementara itu, literasi keuangan tidak menunjukkan pengaruh signifikan secara langsung terhadap keputusan penggunaan *Spaylater*. Penelitian ini mengindikasikan bahwa kemudahan akses dan pola konsumsi karyawan lebih dominan dalam mendorong penggunaan layanan *Spaylater* dibandingkan tingkat pemahaman keuangan.

**Kata kunci:** Gaya hidup, Kemudahan pengguna, Literasi keuangan, *Spaylater*

### Abstract

*This study aims to analyze the influence of lifestyle, financial literacy, and ease of use on employee Spaylater user decisions. The increasing use of Spaylater services among employees indicates a change in consumption behavior influenced by technological convenience and a digital lifestyle, but with the potential to pose financial risks. This study used a quantitative method with an explanatory research approach. Primary data were obtained by distributing questionnaires to employee Spaylater users at PT Seiden Sticker. The data analysis technique used was Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS). The results of the study indicate that lifestyle and ease of use have a positive and significant influence on the decision to use Spaylater. Meanwhile, financial literacy did not show a significant direct influence on the decision to use Spaylater. This finding indicates that ease of access and employee consumption patterns are more dominant in driving Spaylater use than financial literacy.*

**Keywords:** Ease of Use, Financial Literacy, Lifestyle, Spaylater,

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dalam era globalisasi menunjukkan bagaimana transformasi digital marketing berkontribusi besar terhadap strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Digital marketing memanfaatkan *platform online* untuk menjangkau konsumen lebih luas dan memungkinkan interaksi dua arah antara penjual dan pembeli. Hal ini sejalan dengan pertumbuhan *e-commerce* yang memfasilitasi transaksi praktis melalui perangkat digital (Chen, 2023). Era digital telah menghasilkan inovasi dalam metode pembayaran, seperti *digital payment*, yang menawarkan kemudahan dan keamanan dalam bertransaksi tanpa penggunaan uang tunai (Sekhar et al., 2023). *Digital payment* menyediakan alternatif seperti *mobile banking*, *e-wallet*, dan fitur *paylater* yang semakin populer di kalangan konsumen. Khususnya, layanan *paylater* seperti *Spaylater* memberikan fleksibilitas pembayaran melalui cicilan, yang memungkinkan konsumen untuk menunda pembayaran sesuai tenor yang dipilih (Anggraeni & Darma, 2023). Meskipun *Spaylater* menawarkan keuntungan, ada juga tantangan terkait pengelolaan keuangan pribadi. Penggunaan

layanan *Spaylater* yang tidak terkontrol dapat menimbulkan beban finansial di masa depan, terutama bagi kalangan karyawan dengan pendapatan tetap tetapi memiliki gaya hidup konsumtif (Mahrizal et al., 2023).

Gaya hidup pengguna *Spaylater* memberikan peran penting dalam menentukan seberapa sering dan bagaimana mereka berinteraksi dengan *Spaylater*. Karyawan yang memiliki gaya hidup konsumtif cenderung menggunakan fasilitas *Spaylater* untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka dengan lebih mudah. Pemanfaatan layanan ini menjadi solusi ketika mereka ingin berbelanja tanpa harus menunggu gaji berikutnya, menciptakan pola konsumsi yang fleksibel dan terkadang impulsif (Maulida, 2021).

Literasi keuangan merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi perilaku pengguna layanan *Spaylater*, terutama di kalangan karyawan dan generasi muda. Penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman yang baik mengenai pengelolaan keuangan dapat meningkatkan kualitas keputusan finansial individu. Teori perilaku terencana menjelaskan bahwa tindakan seseorang sangat dipengaruhi oleh niat dan tujuan yang dimilikinya (Hutapea et al., 2023). Karyawan yang memiliki literasi keuangan yang rendah berisiko lebih besar dalam membuat keputusan yang tidak bijaksana, khususnya dalam menggunakan layanan *Spaylater*. Hal ini karena mereka mungkin tidak sepenuhnya menyadari risiko yang terkait dengan penundaan pembayaran, yang dapat menyebabkan masalah keuangan di masa (Angelista et al., 2024).

Kemudahan penggunaan layanan *Spaylater*, berperan krusial dalam mendorong perilaku konsumtif di kalangan pengguna, khususnya di Indonesia. Salah satu daya tarik utama dari layanan ini adalah fleksibilitas yang ditawarkannya, memungkinkan konsumen untuk berbelanja tanpa perlu membayar langsung saat itu juga. Penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan akses dan penyerapan teknologi informasi dapat mempercepat penggunaan layanan *Spaylater* di kalangan generasi muda, yang semakin terbiasa dengan transaksi digital (Sudirjo et al., 2024). Kemudahan ini tidak hanya meliputi antarmuka aplikasi yang *user-friendly* dan proses pendaftaran yang cepat, tetapi juga kemampuan untuk melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja, yang meningkatkan kenyamanan berbelanja bagi konsumen (Negoro & Achjari, 2024)

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan *Explanatory Research* atau penelitian penjelasan, yang berfokus pada pengujian hubungan antar variabel (kausalitas) dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya, melalui pendekatan ini, penelitian bertujuan untuk menjelaskan secara empiris bagaimana faktor Gaya Hidup, Literasi Keuangan, dan Kemudahan Penggunaan dapat mempengaruhi Keputusan pengguna dalam menggunakan layanan *Spaylater*.

Penelitian ini dilaksanakan di PT xxx lebih tepatnya karyawan di pabrik tersebut, pengumpulan data dilakukan dengan menyebar kuesioner kepada karyawan di PT xxx. Hal ini bertujuan untuk mengumpulkan data yang representatif mengenai topik penelitian. Periode penelitian adalah jangka waktu dilaksanakannya penelitian tersebut. Periode yang dibutuhkan untuk penelitian dimulai dari bulan Desember 2025 sampai dengan Januari 2026.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan PT xxx yang berlokasi di Kabupaten Semarang. Populasi merupakan keseluruhan subjek yang memiliki karakteristik tertentu sesuai dengan tujuan penelitian.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah karyawan PT xxx yang aktif menggunakan *Spaylater* sebagai metode pembayaran dalam transaksi belanja.

Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Hair, et al (2014)

yang menyatakan bahwa ukuran sampel dalam analisis SEM minimal 5–10 kali jumlah indikator penelitian. Berdasarkan total indikator sebanyak 17 dikalikan dengan angka 7 ( $17 \times 7 = 119$ ), diperoleh total sampel sebanyak 119 orang. Sampel ini diambil dari karyawan PT xxx yang merupakan pengguna *SpayLater*.

Dalam penelitian ini jenis data yang diambil adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari objek yang diteliti. Menurut Sugiyono (2023). yang menyatakan bahwa sumber primer adalah sumber data yang secara langsung menyediakan informasi kepada pihak yang mengumpulkannya. Dalam Menyusun penelitian ini, data primer yang digunakan adalah kuesioner langsung yang ditujukan kepada karyawan PT xxx.

Data primer merupakan data yang dikumpulkan dari responden langsung ditempat penelitian dengan menggunakan kuesioner terhadap variable-variabel yang diteliti. Data ini dihasilkan melalui metode pengumpulan data yang dilakukan langsung oleh peneliti, seperti wawancara, observasi, dan kuesioner. Dalam penelitian kuantitatif, data primer biasanya didapatkan dari responden melalui survei atau kuesioner, dimana responden memberikan jawaban secara langsung sesuai dengan pertanyaan yang diajukan peneliti.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berikut hasil dari outer model dan inner model:

### 1. Outer Model

#### a. Uji Validitas Kovergen

**Tabel 1. Uji Validitas Kovergen**

Variabel	Konstruk	Convergent Validity	Keterangan
Gaya Hidup	X1.1	0.867	Valid
	X1.2	0.833	Valid
	X1.3	0.792	Valid
Literasi keuangan	X2.1	0.859	Valid
	X2.2	0.795	Valid
	X2.3	0.874	Valid
	X2.4	0.711	Valid
Kemudahan Pengguna	X3.1	0.868	Valid
	X3.2	0.810	Valid
	X3.3	0.777	Valid
	X3.4	0.819	Valid
	X3.5	0.753	Valid
	X3.6	0.837	Valid
Keputusan Pengguna	Y1.1	0.780	Valid
	Y1.2	0.709	Valid
	Y1.3	0.837	Valid
	Y1.4	0.789	Valid

Sumber: Data Diolah (2026)

Nilai yang diinginkan dan dinyatakan tinggi apabila berkorelasi  $> 0,70$ . Dalam riset tahap awal, sering digunakan batas nilai loading factor 0,50 - 0,60 masih dapat diterima (Abdillah and Hartono 2015). Seperti terlihat pada tabel di atas, hasil pengolahan data menggunakan PLS menunjukkan bahwa seluruh indikator variable gaya hidup, literasi keuangan dan kemudahan pengguna pada penelitian ini memiliki nilai  $> 0,70$ . Hal ini menunjukkan bahwa seluruh indikator dinyatakan valid dan dapat di uji ke tahap uji selanjutnya.

**Tabel 2. AVE**

Variable	AVE
Gaya Hidup	0.691
Literasi Keuangan	0.659
Kemudahan pengguna	0.608
Keputusan Pengguna <i>SpayLater</i>	0.660

Sumber: Data Diolah (2026)

**Tabel 3. Discriminant Validity**

	Gaya hidup	Kemudahan pengguna	Keputusan Pengguna	Literasi keuangan
Gaya hidup	0.831			
Kemudahan pengguna	0.782	0.811		
Keputusan pengguna	0.789	0.788	0.780	
Literasi Keuangan	0.352	0.539	0.381	0.813

Sumber: Data Diolah (2026)

*Discriminant validity* atau hubungan antar variable pengujian validitas diskriminan menggunakan kriteria *Fornell-Larcker*, diketahui bahwa nilai akar kuadrat Average Variance Extracted ( $\sqrt{AVE}$ ) pada masing-masing konstruk dibandingkan dengan nilai korelasi antar konstruk lainnya. Suatu konstruk dinyatakan memenuhi validitas diskriminan apabila nilai  $\sqrt{AVE}$  lebih besar dibandingkan dengan korelasi antar konstruk dalam model. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Gaya Hidup memiliki nilai  $\sqrt{AVE}$  sebesar 0,831, yang lebih besar dibandingkan dengan nilai korelasinya dengan variabel lain. Variabel Kemudahan Pengguna memiliki nilai  $\sqrt{AVE}$  sebesar 0,811 dan juga lebih tinggi dibandingkan korelasi antar konstruk. Variabel Literasi Keuangan memiliki nilai  $\sqrt{AVE}$  sebesar 0,813 dan telah memenuhi kriteria validitas diskriminan.

Namun demikian, pada variabel Keputusan Pengguna diperoleh nilai  $\sqrt{AVE}$  sebesar 0,780, yang lebih kecil dibandingkan dengan nilai korelasi tertingginya dengan konstruk lain sebesar 0,789. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Keputusan Pengguna belum sepenuhnya memenuhi kriteria validitas diskriminan berdasarkan pendekatan *Fornell-Larcker*. Validitas konvergen adalah suatu pengukuran yang digunakan untuk menilai validitas indikator reflektif dalam mengukur variabel, yang dapat dilihat dari nilai *outer loading* setiap indikator. Sebuah indikator dianggap memiliki reliabilitas yang baik jika nilai *outer loading* nya lebih dari 0,70 (Jonathan Sarwono, 2019). Kriteria selanjutnya untuk mengukur validitas diskriminan yaitu dengan membandingkan akar dari *Average Variance Extracted* (Akar AVE) pada setiap konstruk dengan korelasi antar konstruk tersebut dan konstruk lain dalam model. Model dianggap memiliki validitas diskriminan yang baik apabila Akar AVE dari setiap konstruk lebih besar daripada dengan konstruksi lainnya.

## Uji Reliabilitas

**Tabel 4. Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Gaya Hidu	0.776	0.870
Kemudahan Pengguna	0.896	0.920
Keputusan Pengguna	0.784	0.861
Literasi keuangan	0.829	0.885

Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan tabel diatas, nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* untuk semua variabel penelitian sudah melebihi 0,7. Ini menunjukkan bahwa seluruh variable ini digunakan dalam penelitian dapat dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang baik.

### Inner Model

Pengujian *inner model* dilakukan untuk menilai sejauh mana hubungan antara variabel laten, baik konstruk eksogen maupun endogen, mampu memberikan jawaban atas pertanyaan terkait hubungan antar variabel laten yang telah dihipotesiskan sebelumnya. *Uji inner model* atau uji structural dilakukan berdasarkan tiga nilai yang diperoleh dari pengolahan data menggunakan SmartPLS, yaitu nilai *R Square*, Relevansi Prediksi ( $Q^2$ ), dan nilai *Goodness of Fit* (GoF). Hasil dari pengujian *inner model* tersebut dapat dilihat pada tabel berikut

**Tabel 5. Inner Model variabel**

Variabel	R Square	Q <sup>2</sup>	AVE	GoF
Gaya Hidup			0.691	
Literasi Keuangan	0.698	0.407	0.659	
Kemudahan pengguna			0.608	
Keputusan Pengguna SpayLater			0.660	

Sumber: Data Diolah (2026)

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *R Square* untuk keputusan penggunaan fitur *Spaylater* berada pada nilai 0,698 yang artinya 69,8 % pengaruh dari variabel keputusan pengguna *SpayLater* kuat dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini. Dapat dilihat bahwa nilai tingkat relevan ( $Q^2$ ) untuk semua variable adalah 0,407 atau 40,7%, yang menunjukkan bahwa konstruk memiliki relevansi prediktif yang signifikan terhadap konstruk endogen. Nilai GoF digunakan untuk mengukur kelayakan suatu model. Rumus GoF adalah:  $\sqrt{AVE \times R Square}$

Dimana *AVE* merupakan rata rata nilai AVE dan *R Square* adalah nilai rata rata  $R^2$  dalam model. Nilai rata rata AVE dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 6. Nilai Rata Rata AVE**

Variabel	AVE	Rata rata AVE
Gaya Hidup	0.691	
Literasi Keuangan	0.659	= 2,618/4
Kemudahan Pengguna	0.608	0,6545
Keputusan Pengguna SpayLater	0.660	

Sumber: Data Diolah (2026)

Dari tabel 4. 6 di atas dan nilai rata rata  $R^2$  maka nilai GoF adalah:

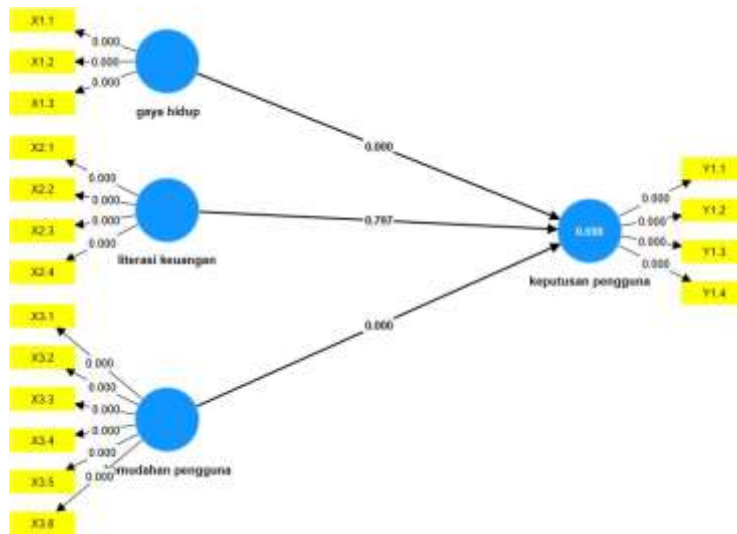
$$GoF = \sqrt{0,654 \times 0,698}$$

$$GoF = \sqrt{0,4570}$$

$$GoF = 0,677$$

Semakin tinggi nilai GoF, maka semakin baik kesesuaian model yang digambarkan. Menurut (Wetzel, 2023) kategori nilai GoF dibagi menjadi 3, yaitu 0,1 (lemah), 0,25 (moderat), dan 0,36 (besar). Nilai GoF sebesar 0,677 diinterpretasikan sebagai GoF yang besar, yang berarti bahwa model pengukuran (*outer model*) sudah dianggap layak atau valid. Langkah selanjutnya adalah mengestimasi koefisien jalur, pengujian ini bertujuan untuk meminimalkan masalah dengan data penelitian. Jika P-values lebih kecil dari signifikansi yang telah ditetapkan ( $P < 0,05$ ), hubungan antar variabel dapat dianggap signifikan. Hasil pengujian menggunakan metode *bootstrap* dari analisis PLS SEM adalah sebagai berikut:

Gambar 1. Model PLS



Sumber: Data Diolah (2026)

Tabel 7. Uji Hipotesis

Hipotesis	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics	P values	keterangan
gaya hidup -> keputusan pengguna	0.442	0.448	0.096	4.631	0.000	Diterima
kemudahan pengguna -> keputusan pengguna	0.451	0.446	0.105	4.302	0.000	Diterima
literasi keuangan -> keputusan pengguna	-0.018	-0.013	0.069	0.257	0.792	Ditolak

Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan tabel 1.7, pengujian secara *statistic* dalam penggunaan SmartPLS untuk setiap hubungan yang dihipotesiskan dilakukan melalui simulasi. Proses ini dilakukan dengan metode *bootstrap* pada sampel. Pengujian menggunakan *bootstrap* bertujuan untuk meminimalkan masalah

yang terkait dengan pengumpulan data penelitian. Berikut adalah hasil pengujian menggunakan *bootstrapping* dari analisis SmartPLS.

1. Hasil dari pengujian hipotesis pertama menunjukkan gaya hidup memiliki koefisien jalur sebesar 0.442 dan p value 0.000, menunjukkan pengaruh signifikan. Nilai T statistic sebesar 4.631 mendukung hasil ini. Nilai ini menunjukkan pengaruh positif yang signifikan, dimana semakin tinggi gaya hidup pengguna,

Semakin besar kemungkinan untuk menggunakan fitur *SPayLater*. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling kuat dibandingkan variabel lain. Dalam teori perilaku konsumen, gaya hidup termasuk dalam faktor pribadi yang mencerminkan pola aktivitas, minat, serta opini seseorang dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa gaya hidup memengaruhi pilihan konsumsi karena individu cenderung memilih produk yang mendukung citra diri dan rutinitasnya. *SPayLater* sebagai fasilitas pembayaran fleksibel dapat dipandang sebagai solusi yang sesuai dengan gaya hidup modern yang mengutamakan kecepatan, kemudahan, dan efisiensi transaksi.

Hal ini juga sejalan dengan model perilaku konsumen yang dikemukakan oleh James F. Engel et al. (2014), yang menyatakan bahwa karakteristik pribadi individu, termasuk gaya hidup, berperan dalam tahap evaluasi alternatif dan keputusan pembelian. Konsumen dengan gaya hidup dinamis dan konsumtif cenderung lebih responsif terhadap inovasi layanan pembayaran yang memberikan fleksibilitas finansial. Oleh karena itu, dapat dipahami bahwa keselarasan antara fitur *SPayLater* dan kebutuhan gaya hidup responden mendorong peningkatan keputusan penggunaan.

2. Hubungan literasi keuangan dengan keputusan pengguna *SPayLater* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *SPayLater*. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien sebesar -0.018, p value 0.792 dan nilai T statistic sebesar 0,257 sehingga hipotesis tidak signifikan atau ditolak. Nilai jalur koefisien yang sangat kecil menunjukkan bahwa literasi keuangan bukan faktor utama yang mempengaruhi keputusan karyawan dalam menggunakan *SPayLater*.

Menurut Kotler (2016) perilaku konsumen meskipun konsumen memiliki pengetahuan dan pemahaman yang baik mengenai suatu, keputusan pembelian tidak selalu bersifat rasional. Perilaku konsumen sering dipengaruhi oleh faktor emosional, kebiasaan, serta situasi tertentu. Layanan *SPayLater* membuat konsumen tetap menggunakan layanan tersebut meskipun memahami resiko bunga atau denda.

Menurut Hasani et al. (2023) literasi keuangan memiliki dampak negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pengguna *SPayLater*, semakin tinggi pemahaman responden tentang literasi, tidak membuat mereka lebih cenderung untuk menggunakan *SPayLater*. Literasi keuangan yang baik umumnya memahami resiko yang ada pada penggunaan *SPayLater*, seperti bunga, denda keterlambatan, dan potensi gagal bayar, pemahaman ini membuat mereka cenderung lebih selektif atau bahkan menghindari penggunaan *SPayLater*, sehingga hubungan antara literasi keuangan dan keputusan penggunaan menjadi tidak signifikan.

Keputusan penggunaan *SPayLater* sering kali tidak didasarkan pada pertimbangan rasional, melainkan dipengaruhi oleh faktor lain seperti kebutuhan mendesak, gaya hidup, dan kemudahan penggunaan. Meskipun seseorang memiliki pengetahuan keuangan yang baik, dorongan konsumsi dan kemudahan teknologi dapat tetap mendorong penggunaan *SPayLater*. Hal inilah yang menyebabkan literasi keuangan tidak muncul sebagai faktor penentu utama dalam keputusan penggunaan layanan *SPaylater*.

3. Kemudahan pengguna berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengguna *SPayLater*. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien 0.451, p value 0,000 dan T statistic sebesar 4.302, sehingga hipotesis diterima dan memiliki kontribusi yang cukup kuat dalam mendorong keputusan

pengguna SpayLater.

Menurut Kotler (2016) perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan, konsumen akan mempertimbangkan kenyamanan dan kemudahan yang ditawarkan oleh suatu layanan. Layanan yang mudah dipahami, mudah digunakan, dan tidak memerlukan usaha yang besar dari konsumen, spaylater menawarkan proses pendaftaran yang sederhana, tampilan aplikasi yang mudah, serta prosedur transaksi yang praktis, sehingga meningkatkan minat karyawan untuk menggunakannya.

Kemudahan pengguna membuat karyawan merasa tidak terbebani dalam menggunakan SpayLater, hal ini sesuai dengan teori tentang persepsi kemudahan dan kenyamanan merupakan faktor penting yang memenuhi keputusan konsumen dalam memilih layanan.

Menurut Rahmawati et al. (2022) kemudahan pengguna mencakup beberapa aspek penting, seperti kemudahan dalam memahami spaylater, kemudahan proses pendaftaran dan aktivasi akun, kemudahan dalam melakukan transaksi pembelian, serta kemudahan dalam melakukan transaksi pembelian. Konsumen merasa system SpayLater mudah digunakan akan memiliki persepsi yang lebih baik terhadap layanan ini, sikap inilah yang mendorong untuk mengambil keputusan menggunakan Spaylater sebagai metode pembayaran dalam transaksi digital. Penelitian ini memperkuat bahwa kemudahan pengguna memiliki peran penting dalam mempengaruhi dalam keputusan pengguna Spaylater.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis SEM PLS penelitian ini menyimpulkan bahwa gaya hidup karyawan secara signifikan mempengaruhi keputusan menggunakan SpayLater, semakin tinggi gaya hidup karyawan yang cenderung praktis, modern, dan konsumtif, maka semakin besar mereka menggunakan SpayLater. Hal ini mengindikasikan bahwa layanan SpayLater tidak hanya dipandang sebagai alat pembayaran, tetapi sebagai bagian dari gaya hidup yang menekankan fleksibilitas, kecepatan, dan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan.

Literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengguna SpayLater. Meskipun karyawan memiliki pemahaman keuangan yang baik, tetapi tidak secara langsung mempengaruhi keputusan mereka dalam menggunakan SpayLater, mereka dipengaruhi oleh faktor lain seperti kebutuhan mendesak, dorongan konsumsi. Penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan belum tentu sejalan dengan perilaku keuangan dalam praktik kegunaan SpayLater.

Kemudahan pengguna berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengguna SpayLater, dikarenakan kemudahan dalam penggunaan aplikasi, proses pendaftaran yang sederhana, serta transaksi yang praktis membuat karyawan merasa nyaman dan tidak terbebani dalam menggunakan Spaylater.

## SARAN

1. Bagi pengguna Spaylater terutama karyawan, lebih bijak dalam menggunakan layanan paylater dengan mempertimbangkan kemampuan finansial dan kebutuhan masing masing, literasi keuangan yang dimiliki sebaiknya tidak hanya sebatas pengetahuan, tetapi juga diterapkan dalam bentuk perilaku nyata, seperti membuat perencanaan pengeluaran atau membatasi pembelian impulsif.
2. Layanan spaylater disarankan tidak hanya fokus pada kemudahan pengguna tetapi juga meningkatkan edukasi keuangan yang lebih mudah dipahami oleh pengguna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun pengguna memiliki tingkat literasi keuangan tertentu, hal tersebut belum tentu mempengaruhi keputusan penggunaan SPayLater. Oleh karena itu, edukasi keuangan perlu disampaikan dengan pendekatan yang lebih praktis dan kontekstual, misalnya melalui simulasi cicilan, peringatan risiko utang, atau fitur pengingat pengelolaan keuangan agar pengguna lebih sadar dalam mengambil keputusan.

3. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti persepsi risiko, pengaruh sosial, dan kontrol diri, serta mempertimbangkan penggunaan variabel moderasi atau mediasi agar model penelitian menjadi lebih komprehensif. Selain itu, perluasan karakteristik responden dan objek penelitian juga penting untuk meningkatkan generalisasi hasil. Pendekatan kualitatif dapat digunakan untuk menggali lebih dalam fenomena tidak signifikannya literasi keuangan terhadap keputusan penggunaan layanan *Spaylater*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, K. L., Usman, W. W., & Kusno, H. S. (2025). The Effect of Financial Literacy, Ease and Trust on the Decision to Use QRIS. *Mec-J (Management and Economics Journal)*, 9(2), 195–214. <https://doi.org/10.18860/mec-j.v9i2.28831>
- Aina, Q., & Chalid, D. A. (2023). *The Role of Financial Literacy and Religiosity in the BNPL Misuse*. 324–339. <https://doi.org/10.33102/iecons.v10i1.87>
- Al Hakim, N. N., Septiani, S., & Viana, E. D. (2023). Pengaruh Psychological Factors, Financial Literacy, Dan Paylater Misuse Terhadap Compulsive Buying Pada Pengguna Aplikasi Paylater Di Jabodetabek. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 14(1), 57–68. <https://doi.org/10.29244/jmo.v14i1.42798>
- Ali, M. Z., & Asyik, N. F. (2023). Pengaruh Pendapatan Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan (Jiaku)*, 2(4), 326–339. <https://doi.org/10.24034/jiaku.v2i4.6136>
- Bangsa, J. R. (2022). Keputusan pembelian generasi X pada aplikasi belanja online. *Jibaku: Jurnal Ilmiah Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 47-54.
- Budastra, I. K., Sjah, T., Tanaya, I. G. L. P., Halil, H., & Budastra, M. A. (2022). Pelatihan Literasi Keuangan Petani Lahan Kering Di Desa Karangbayan Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Abdi Insani*, 9(3), 1169–1177. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v9i3.589>
- Cahyani, N. L. P. U., Negara, I. M. K., & Suwena, I. K. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Wisatawan China Melakukan Fintech Payment Di Bali. *Jurnal Ipta*, 7(2), 174. <https://doi.org/10.24843/ipta.2019.v07.i02.p08>
- Carnado, M. H., & Rahmayanti, D. (2023). *Analisis Gaya Hidup, Kemudahan Dan Religiusitas Terhadap Penggunaan Shopee Paylater*. 3(2), 114–126. <https://doi.org/10.18326/jiem.v3i2.114-126>
- Dianita, P., Tanjung, R., Rumijati, T., & Washudi, W. (2021). The Lifestyle in Hypertensive Patient: Literature Review. *Jurnal Kesehatan Siliwangi*, 1(1), 8–14. <https://doi.org/10.34011/jks.v1i1.512>
- Dwiwansi, P., Purnamasari, E. D., & Lazuardi, S. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Financial Experience Generasi Milenial Terhadap Penggunaan Paylater Pada E-Commerce. *Ekonomika45 Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Bisnis Kewirausahaan*, 10(2), 48–58. <https://doi.org/10.30640/ekonomika45.v10i2.781>
- Hutapea, R. S., Gunawan, A., Djuwarsa, T., & Surya, R. T. (2023). *Pengaruh Kualitas Sistem “Financial Technology” (Fintech) Terhadap Kepuasan Pengguna Paylater Di Kota Bandung*. 2(2), 517–523. <https://doi.org/10.59188/jcs.v2i2.240>
- Jayadi, J., Risnawati, R., & Muslimin, M. (2024). Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Transaksi Penggunaan Mobile Banking Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Journal of Business Administration (Jba)*, 4(2), 118–133. <https://doi.org/10.31963/jba.v4i2.4857>
- Kholidin, N., Suarna, N., & Prihartono, W. (2024). Segmentasi Gaya Hidup Mahasiswa Menggunakan Algoritma K-Means Clustering. *Jeliku (Jurnal Elektronik Ilmu Komputer Udayana)*, 12(3), 705.
- Kolter, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management–15th global edition*.
- Negoro, A. R., & Achjari, D. (2024). Analisis Risiko Persepsian, Manfaat Persepsian, Dan Kemudahan Penggunaan Persepsian Terhadap Penggunaan Paylater Pada E- Commerce



- Di Indonesia. *Wabana Riset Akuntansi*, 12(1), 93.  
<https://doi.org/10.24036/wra.v12i1.128082>
- Sudirjo, F., Bororing, G. M. G., Harsono, I., Nurdiani, T. W., & Naim, I. (2024). Analysis of Customer Satisfaction Using the End User Computing Satisfaction Approach Toward Users of Digital Post-Payment Application Gopay Later. *Jurnal Informasi Dan Teknologi*, 188–193. <https://doi.org/10.60083/jidt.v6i1.496>
- Widjanarko, W. (2025). A Review on the Role of QRIS and Digital Wallets in Facilitating MSME Transactions in Indonesia. *Annals of Human Resource Management Research*, 5(1), 183–198. <https://doi.org/10.35912/ahrmr.v5i1.2942>
- Widyaningsih, M., Pratiwi, A. S., & Indita, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Shopee PayLater Terhadap Keputusan Pengguna. *Lisyabab Jurnal Studi Islam Dan Sosial*, 3(2), 244–254. <https://doi.org/10.58326/jurnallisyabab.v3i2.140>
- Wijaya, A. N., Hanik, U., Wulandari, W., Nabila, N., & Kustina, L. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Risiko Dan Keamanan Terhadap Impulse Buying Pengguna Spaylater Di Kabupaten Bekasi. 2(01), 28–41. <https://doi.org/10.59422/global.v2i01.185>