Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Volume 4, Nomor 7, August 2026, P. 352-361
E-ISSN: 2986-6340
Licenced by CC BY-SA 4.0
DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.22115756

Pengaruh Pembayaran Digital Gopaylater terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat di Surabaya

The Effect of Gopaylater Digital Payments on Consumptive Behavior of The Public In Surabaya

Michael Chandra Natadisastra[1], Is. Fadhilla[2], Anis Fitriyasari[3]
[1,2,3]Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT Surabaya
Email: mikechandra0000@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana penggunaan layanan pembayaran tunda GoPayLater memengaruhi perilaku belanja masyarakat di Surabaya. Dengan fitur kemudahan dan promosi yang menarik, layanan ini berpotensi mengubah pola konsumsi. Melalui pendekatan kuantitatif dengan metode survei, data dikumpulkan dari pengguna GoPayLater dan dianalisis secara statistik. Hasilnya mengonfirmasi adanya pengaruh yang signifikan dan positif, di mana frekuensi penggunaan GoPayLater yang lebih tinggi berkorelasi dengan tingkat perilaku konsumtif yang meningkat. Temuan ini penting sebagai referensi akademis dan praktis untuk mendorong strategi penggunaan kredit digital yang lebih bertanggung jawab.
Kata Kunci: *Pembayaran Digital, GoPayLater, Perilaku Konsumtif, Masyarakat Surabaya.*

ABSTRACT

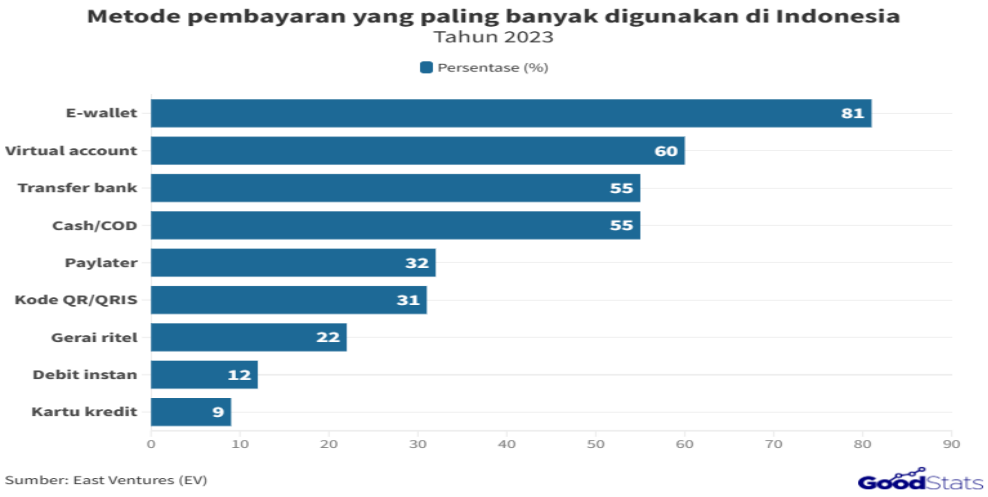
This research aims to analyze how the use of the GoPayLater deferred payment service influences the shopping behavior of the community in Surabaya. With its features of convenience and attractive promotions, this service has the potential to alter consumption patterns. Through a quantitative approach using a survey method, data were collected from GoPayLater users and analyzed statistically. The results confirm a significant and positive influence, where a higher frequency of GoPayLater use correlates with an increased level of consumptive behavior. These findings are important as an academic and practical reference for promoting more responsible digital credit usage strategies.
Keywords: *Digital Payment, GoPayLater, Consumer Behavior, Surabaya Residents.*

Article Info
Received date: 24 July 2026 Revised date: 28 July 2026 Accepted date: 18 August 2026

PENDAHULUAN

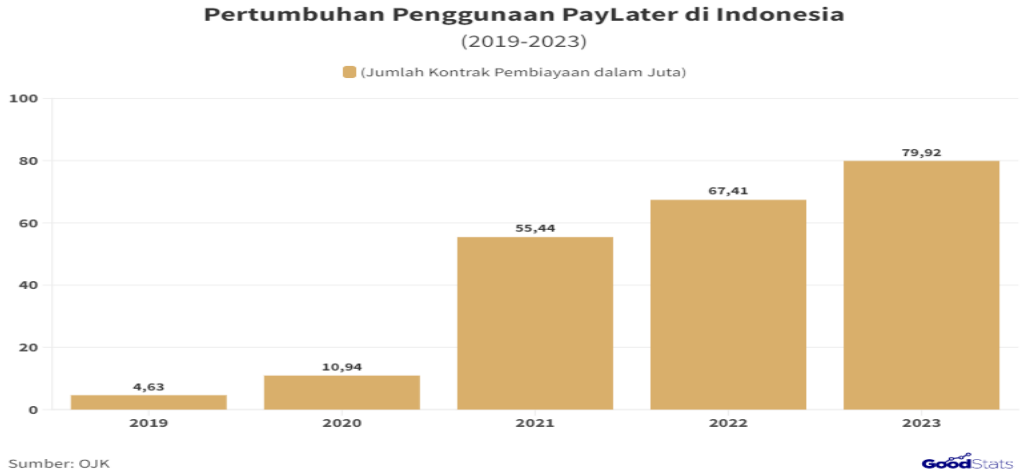
Dalam era globalisasi dan modernisasi saat ini, perkembangan teknologi mengalami kemajuan yang sangat pesat dan turut memengaruhi perubahan pola hidup masyarakat. Ketergantungan terhadap teknologi ini semakin meningkat, di mana masyarakat memanfaatkannya untuk menunjang berbagai aktivitas sehari-hari, termasuk dalam pemanfaatan internet. Internet berperan penting dalam memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam berbagai aspek, seperti pertukaran informasi, komunikasi, hingga transaksi jual beli. Oleh karena itu, penggunaan internet telah menjadi kebutuhan yang esensial bagi masyarakat global, termasuk masyarakat Indonesia, dalam menjalankan aktivitas mereka secara lebih efisien dan praktis.

Salah satu bentuk layanan internet sekarang adalah dompet digital. Menurut Diva & Anshori (2024), sebagai sebuah layanan elektronik, dompet digital berfungsi sebagai media penyimpanan data sekaligus instrumen pembayaran. Dompet digital menghadirkan alternatif pembayaran non-tunai yang praktis, aman, serta efisien. Pengguna dapat memanfaatkan ponsel mereka untuk menyimpan uang dalam bentuk elektronik dan melaksanakan berbagai aktivitas keuangan, termasuk transfer dana, pembayaran tagihan, serta pembelian aneka produk dan layanan.



Gambar 1. Metode Pembayaran yang Digunakan di Indonesia

Dari gambar di atas, dapat diketahui bahwa PayLater merupakan salah satu metode pembayaran digital dengan tingkat penggunaan yang tinggi di Indonesia sepanjang tahun 2023, yang digunakan 32% atau satu dari tiga masyarakat Indonesia. PayLater sendiri adalah layanan untuk memudahkan pembayaran dengan menunda pembayaran suatu barang atau berutang dan wajib dilunasi di kemudian hari, baik secara penuh dalam satu kali bayar maupun dengan cara mencicil dalam beberapa bulan (tenor). Berkat kemudahan tersebut, pembayaran digital PayLater menjadi salah satu metode pembayaran digital yang diminati masyarakat.



Gambar 1 Pertumbuhan Pengguna PayLater di Indonesia

Dapat disimpulkan bahwa pengguna PayLater di Indonesia meningkat drastis sejak 2019 dengan puncak pertumbuhannya terjadi di tahun 2021 di mana terjadi peningkatan 406% dari tahun 2020. Pertumbuhan umumnya adalah hal yang baik karena menunjukkan bahwa terjadi perkembangan di sektor tersebut.

Namun, pertumbuhan penggunaan PayLater atau hutang juga dapat berarti tingkat konsumsi masih tinggi dan pendapatan belum memadai untuk melakukan kegiatan ekonomi. Kemudahan penggunaan PayLater juga dapat menjadi faktor pendukkung pertumbuhan pesat tersebut.

Berdasarkan data yang diambil dari Katadata Insight Center (KIC) pada Laporan Perilaku Pengguna PayLater Indonesia 2024, diketahui sebanyak 3.000.076 penduduk Surabaya menggunakan PayLater. Kejadian tersebut dapat menjadi potensi masalah karena kemudahan dalam bertransaksi dapat memicu perilaku konsumtif atau melakukan pembelian yang tidak didasari oleh prioritas kebutuhan.

Menurut Kotler (2021) perilaku konsumtif merupakan kecondongan seseorang untuk membeli atau menggunakan barang dan jasa bukan atas dasar kebutuhan yang sebenarnya, melainkan karena didorong oleh keinginan atau hasrat untuk mendapatkan kepuasan sesaat.

Indikasi perilaku konsumtif ini dapat dilihat melalui Statistik Perbankan Indonesia pada tahun 2024 di mana persentase rasio *Non-Performing Loan* (NPL) atau rasio kredit perbankan yang bermasalah menyentuh angka 10,95% pada desember 2024. PT Pefindo Biro kredit atau IdScore menyatakan bahwa NPL yang berkisar di 8% < NPL < 12% termasuk dalam kategori tidak sehat.

Berdasarkan penjelasan masalah diatas, penulis terdorong untuk melakukan penelitian guna menemukan apa ada keterkaitan antara pembayaran digital GoPayLater terhadap perilaku konsumtif masyarakat.

Dari latar belakang yang telah dipaparkan, permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut: Apakah pembayaran digital GoPayLater berpengaruh terhadap perilaku konsumtif masyarakat di Surabaya?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang pengujian teorinya dilakukan dengan mengukur dan menganalisis variabel-variabel yang terkait. Data numerik yang terkumpul dianalisis menggunakan prosedur statistik. Dalam penelitian ini, variabel independen adalah Pembayaran Digital (X) dan variabel dependen adalah Perilaku Konsumtif (Y). Variabel independen pada penelitian ini adalah pembayaran digital, yang didefinisikan sebagai metode transaksi elektronik yang digunakan oleh responden. Sementara itu, variabel dependen yaitu perilaku konsumtif, merujuk pada pola atau kecenderungan belanja responden sebagai akibat dari penggunaan pembayaran digital.

Jumlah populasi yang menggunakan PayLater di Surabaya sebanyak 3.000.076 orang, sedangkan masyarakat Surabaya yang berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan dan berada pada rentang usia 21-50 tahun serta pernah menggunakan GoPayLater memiliki jumlah yang tidak terbatas.

Pada penelitian ini, karena jumlah populasi tidak diketahui, ukuran sampelnya ditentukan menggunakan kaidah analisis *Structural Equation Modeling* (SEM). Jumlah sampel yang memadai ditetapkan dengan mengalikan total indikator penelitian dengan rentang 5 hingga 10. Jadi, jumlah sampel yang diambil peneliti sebanyak 100 orang. Setelah seluruh data terkumpul, langkah selanjutnya adalah analisis data. Proses ini mencakup: mengklasifikasikan data menurut variabel dan responden, membuat tabulasi data, menyajikan data per variabel, dan melakukan perhitungan statistik untuk menjawab pertanyaan penelitian serta menguji hipotesis (Sugiyono, 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

GoPay adalah layanan dompet digital dan keuangan yang merupakan bagian dari ekosistem GoTo, salah satu grup teknologi terbesar di Indonesia. Awalnya dikenal sebagai metode pembayaran utama dalam aplikasi Gojek. Sejak 2017 GoPay telah berkembang menjadi platform layanan keuangan yang komprehensif, bahkan kini memiliki aplikasi mandiri yang diluncurkan pada Juli 2023 untuk menjangkau pengguna yang lebih luas. GoPay memungkinkan pengguna untuk melakukan berbagai transaksi nontunai secara mudah dan aman, mulai dari pembayaran layanan sehari-hari hingga produk investasi. Sebagai salah satu pelopor dompet digital di tanah air, GoPay memegang peranan penting dalam mendorong inklusi keuangan dan ekonomi digital di Indonesia.

Di dalamnya, GoPay memiliki fitur lainnya yatu GoPayLater. GoPayLater menawarkan metode pembayaran pascabayar atau "beli sekarang, bayar nanti" (buy now, pay later). Layanan ini terintegrasi dalam ekosistem Gojek dan Tokopedia, serta dapat digunakan di berbagai merchant online lainnya yang telah berkolaborasi. GoPayLater memberikan pengguna limit belanja yang memiliki kegunaan yang luas untuk berbagai transaksi, dan seluruh total transaksi tersebut akan ditagihkan secara kolektif di

akhir bulan. Fitur ini merupakan hasil kerja sama Gojek dengan Findaya, sebuah perusahaan teknologi finansial yang telah terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), sehingga keamanannya terjamin. Penting untuk dipahami bahwa GoPayLater harus digunakan secara bijak. Pengguna memegang tanggung jawab penuh untuk melunasi tagihan sesuai dengan ketentuan. Adanya keterlambatan pembayaran akan berakibat pada pengenaan denda dan berpotensi merusak reputasi kredit pengguna di masa depan.

Meskipun memberikan kemudahan dan fleksibilitas, penggunaan fitur seperti GoPayLater menuntut tanggung jawab penuh dari pengguna untuk membayar tagihan secara tepat waktu guna menghindari denda dan dampak negatif pada reputasi kredit mereka di masa depan.

Singkatnya, GoPayLater adalah fitur yang memungkinkan pengguna GoPay untuk berbelanja online dan menunda pembayarannya.

Uji Deskripsi

Identitas Responden

Data penelitian ini diperoleh dari 100 responden di Surabaya yang pernah menggunakan GoPayLater. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner online via Google Form, di mana responden diminta mengisi informasi demografis mereka, yaitu jenis kelamin dan usia.

Responden Berdasarkan

Untuk mendapatkan sampel yang mewakili pengguna GoPayLater, penelitian ini melibatkan responden laki-laki dan perempuan. Berikut adalah komposisi responden berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 1 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	29 orang	29%
Perempuan	71 orang	71%
Jumlah	**100 orang**	**100%**

Sumber: data diolah peneliti, 2025

Tabel 1 menunjukkan bahwa komposisi responden didominasi oleh perempuan. Dari total sampel, 71 responden (71%) adalah perempuan, sementara sisanya, 29 responden (29%), adalah laki-laki. Hasil ini mengindikasikan bahwa perempuan merupakan kelompok pengguna mayoritas pada layanan GoPayLater.

Deskriptif Variabel Penelitian

Analisis variabel deskriptif dilakukan untuk memperoleh gambaran umum variabel Pembayaran Digital (X) dan Perilaku Konsumtif (Y). Analisis ini mencakup perhitungan nilai rata-rata (mean), minimum, maksimum, dan standar deviasi dari setiap variabel guna memahami distribusi serta karakteristik datanya secara mendalam.

Tabel 3 Hasil Uji Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pembayaran Digital	100	20.00	34.00	27.3100	3.11949
Perilaku Konsumtif	100	22.00	44.00	32.5700	4.71030
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data diolah SPSS 27, 2025

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif yang disajikan pada tabel, peneliti mendapat kesimpulan:

1. Variabel Pembayaran Digital (X), variabel ini memiliki skor minimum 20,00 dan skor maksimum 34,00. Nilai rata-rata (mean) yang diperoleh adalah 27,3100. Adapun standar deviasinya sebesar 3,11949. Angka ini menunjukkan bahwa sebaran data untuk variabel Pembayaran Digital cukup terpusat dan tidak terlalu beragam di sekitar nilai rata-ratanya.
2. Variabel Perilaku Konsumtif (Y), variabel ini menunjukkan skor minimum 22,00 dan skor maksimum 44,00. Nilai rata-rata atau mean dari variabel Perilaku Konsumtif adalah 32,5700, yang lebih tinggi dibandingkan rata-rata variabel Pembayaran Digital. Standar deviasi nya adalah 4,71030. Nilai standar deviasi yang lebih besar ini mengindikasikan bahwa sebaran data pada variabel Perilaku Konsumtif lebih bervariasi (heterogen) di antara responden.

Uji kualitas data

Uji Validitas

Inti dari uji validitas adalah demi menjamin bahwa kuesioner tersebut tepat sasaran dalam mengukur variabel yang diteliti. Untuk mengonfirmasi hal ini secara statistik, nilai r hitung setiap item pernyataan dibandingkan dengan r tabel. Sebuah item akan dinyatakan valid jika nilai r hitungnya lebih besar atau sama dengan r tabel (r hitung ≥ r tabel) pada signifikansi 0,05.

Uji Validitas Pembayaran Digital (X)

Untuk menguji validitas variabel Pembayaran Digital (X1), nilai r tabel ditentukan sebesar 0,1654. Nilai ini didasarkan pada jumlah sampel (N) 100 responden, tingkat signifikansi 0,05, dan derajat kebebasan (df) sebesar 98 (df = N-2).

Berdasarkan data menunjukkan validitas ke-12 butir pernyataan variabel Pembayaran Digital (X). Hal ini dibuktikan oleh nilai r-hitung yang melampaui r-tabel (0,1654), sehingga instrumen tersebut dapat digunakan untuk pengukuran dalam penelitian.

Uji Validitas Perilaku Konsumtif (Y)

Data temuan menunjukkan bahwa 12 (dua belas) pernyataan untuk variabel Perilaku Konsumtif (Y) dinyatakan valid. Kesimpulan ini diambil karena nilai r-hitung setiap pernyataan lebih besar dari r-tabel sebesar 0,1654, sehingga layak menjadi instrumen pengukuran penelitian.

Uji Reliabilitas

Memberi informasi apakah suatu kuesioner mampu memberikan hasil pengukuran yang konsisten dan stabil, maka dilakukan uji reliabilitas. Sebuah kuesioner akan dianggap andal (reliabel) ketika jawaban dari para responden menunjukkan adanya konsistensi yang tinggi dari waktu ke waktu.

Salah satu metode populer untuk menganalisa reliabilitas adalah dengan Cronbach's Alpha (α). Nilai Alpha, yang skalanya dari 0 hingga 1, menunjukkan tingkat korelasi internal antar item kuesioner. Menurut standar umum, nilai Cronbach's Alpha di atas 0,70 mengindikasikan bahwa instrumen tersebut reliabel, artinya item-item di dalamnya saling mendukung untuk mengukur satu variabel yang sama.

Nilai Cronbach's Alpha di bawah 0,70 mengindikasikan bahwa tingkat keandalan kuesioner tersebut rendah. Hal ini berarti item-item pertanyaan di dalamnya tidak konsisten atau tidak selaras dalam mengukur variabel yang sama. Data yang diperoleh dari Uji Reliabilitas disajikan di tabel berikut ini:

Tabel 5 Uji Reliabilitas Pembayaran Digital (X)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.805	10

Sumber: data diolah SPSS 27, 2025

Tabel 6 mengindikasikan bahwa variabel Pembayaran Digital (X) memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,805. Karena nilai ini lebih tinggi dari standar minimum 0,70, maka instrumen penelitian untuk variabel ini dinyatakan reliabel dan layak digunakan.

Tabel 2 Uji Reliabilitas Perilaku Konsumtif (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.785	12

Sumber: data diolah SPSS 27, 2025

Tabel 7 mengindikasikan bahwa variabel Perilaku Konsumtif (Y) nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,785. Karena nilai ini lebih tinggi dari standar minimum 0,70, maka instrumen penelitian untuk variabel ini dinyatakan reliabel dan layak digunakan.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 8 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters[a,b]	Mean		.0000000
	Std. Deviation		6.38489519
Most Extreme Differences	Absolute		.041
	Positive		.035
	Negative		-.041
Test Statistic			.041
Asymp. Sig. (2-tailed)[c]			.200[d]
Monte Carlo Sig. (2-tailed)[e]	Sig.		.952
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.947
		Upper Bound	.958

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber: data diolah SPSS 27, 2025

Merujuk pada Tabel 8, hasil uji normalitas menunjukkan nilai signifikansi 0,200 > 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa residual berdistribusi normal.

Uji Auto Korelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk memeriksa adanya korelasi antar kesalahan pengganggu (*error term*) dari periode sebelumnya (t-1) dalam model regresi. Jika korelasi tersebut ada, maka model mengalami masalah autokorelasi. Untuk mendeteksi masalah tersebut, penelitian ini menerapkan uji Durbin-Watson (DW).

Tabel 3 Hasil Uji Auto Korelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.554[a]	.307	.272	6.35315	2.014

a. Predictors: (Constant), Pembayaran Digital

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: data diolah SPSS 27, 2025

Berdasarkan tabel di atas, nilai Durbin-Watson (d) yang dihitung adalah 2,014. Untuk menguji signifikansi, digunakan tabel dengan tingkat signifikansi 5%. Dengan jumlah sampel (n) 100 dan jumlah variabel independen (k) 1, nilai du = 1,6944 dan nilai dl = 1,6540. Karena nilai 1,6944 < 2,014 < 2,346, dapat disimpulkan bahwa tidak ada indikasi autokorelasi negatif dalam model regresi.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 4 Hasil Regresi Linear Sederhana

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	32.671	.558		58.508
	Pembayaran Digital	.060	.019	.309	3.214

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: data diolah SPSS 27, 2025

Pada Tabel 10, diperoleh nilai konstanta (a) = 32,671 dan koefisien regresi Pembayaran Digital (b) = 0,060. Dengan nilai tersebut, persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX = e$$

$$Y = 32{,}671 + 0{,}60X$$

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa Pembayaran Digital (X) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Hal ini dibuktikan oleh nilai signifikansi 0,002 (lebih kecil dari 0,05). Arah hubungan yang positif ditunjukkan oleh koefisien regresi +0,0605, yang berarti semakin tinggi penggunaan Pembayaran Digital, maka Perilaku Konsumtif juga akan cenderung meningkat. Nilai konstanta 32,671 sendiri merupakan nilai dasar Perilaku Konsumtif tanpa dipengaruhi oleh variabel Pembayaran Digital.

Uji Hipotesa

Uji Koefisien Korelasi R dan Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 5 Hasil Pengukuran R dan (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.554[a]	.307	.272	6.35315

a. Predictors: (Constant), Pembayaran Digital

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: data diolah SPSS 27, 2025

1. Nilai R sebesar 0,554. Angka ini mengindikasikan bahwa terdapat hubungan atau korelasi sebesar 55,4% antara variabel Pembayaran Digital dengan Perilaku Konsumtif.
2. Nilai R Square sebesar 0,307. Hal ini dapat diartikan bahwa kontribusi variabel Pembayaran Digital memengaruhi Perilaku Konsumtif sejauh 30,7%, sedangkan sisanya merupakan kontribusi dari faktor-faktor lain di luar cakupan penelitian ini.
3. Diperoleh nilai Standard Error of the Estimate sebesar 6,35315. Angka ini mengindikasikan bahwa rata-rata simpangan atau kesalahan antara data observasi dengan data yang diprediksi oleh model regresi adalah sebesar 6,35315.

Uji Model T

Tabel 6 Hasil Uji t

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
	B	Std. Error	Beta	t
(Constant)	32.671	.558		58.508
Pembayaran Digital	.060	.019	.309	3.214

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: data diolah SPSS 27, 2025

Hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi (Sig.) variabel independen sebesar 0,002. Nilai ini memenuhi kriteria signifikan (Sig. < 0,05), maka dapat diambil kesimpulan terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Dari persamaan regresi yang terbentuk (Y = 32.671 + 0,060X), nilai konstanta sebesar 32.671 menunjukkan bahwa jika nilai variabel independen (X) adalah nol, maka nilai variabel dependen (Y) diprediksi sebesar 32.671.

PEMBAHASAN

Hasil analisis pada Tabel 12 menunjukkan variabel Pembayaran Digital (X) memiliki nilai t hitung 3,214 dan nilai signifikansi 0,002. Karena t hitung > t tabel (1,660) dan nilai signifikansi < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Pembayaran Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.

Temuan ini mendukung riset sebelumnya oleh Beid Fitrianova Andriani, dkk. (2023) dalam studi mereka yang berjudul "Pengaruh Digital Payment ShopeePay dan Locus of Control Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa". Mereka juga menemukan bahwa terdapat dampak positif dan signifikan dari Pembayaran Digital terhadap Perilaku Konsumtif. Hasil survei menunjukkan bahwa penggunaan pembayaran digital secara signifikan memengaruhi perilaku konsumtif individu.

SIMPULAN

Penelitian ini memberikan beberapa kesimpulan mengenai dampak pembayaran digital GoPayLater terhadap perilaku konsumtif masyarakat di Surabaya, yang akan diuraikan sebagai berikut: Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Pembayaran Digital berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Surabaya. Hal ini terbukti dari nilai t hitung 3,214 > t tabel 1,660 serta nilai signifikansi 0,002 < 0,05.

SARAN

Sebagai tindak lanjut dari temuan penelitian, peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi pengguna GoPaylater. Pengguna GoPayLater, khususnya kaum muda, diimbau untuk bijak dalam menanggapi berbagai tawaran promo dan diskon. Hal terpenting adalah memastikan setiap pengeluaran tidak melebihi kemampuan finansial untuk membayarnya. Untuk menghindari dampak negatif di kemudian hari, pengguna sebaiknya membedakan secara cermat antara kebutuhan dan keinginan sebelum melakukan transaksi.
2. Bagi peneliti selanjutnya. Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif, penelitian di masa depan disarankan untuk memperluas model yang ada dengan menguji pengaruh variabel lain, misalnya Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri.

REFERENSI

Amanda, V., & Huda, M. 2024. Persepsi Manfaat dan Persepsi Resiko Terhadap Penggunaan Digital Payment dengan Trust Sebagai Variabel Mediasi Studi pada Desa. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, *8*(3), 3293-3301.

Andriani, B. F., Rosmanidar, E., & Diniah, Z. 2023. "Pengaruh Digital Payment ShopeePay dan Locus of Control Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa." *Journal of Student Research (JSR)*, 1(5), 8-10.

Diva, M., & Anshori, M. I. 2024. "Penggunaan E-Wallet Sebagai Inovasi Transaksi Digital: Literatur Review." *Journal of Global and Multidisciplinary,* 2(6), 4.

Fatiha, S. A., Sulasih, I. S. S., & Rofiq, R. S. H. 2023. "Pengaruh Penggunaan Aplikasi GoPay PayLater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa." *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*, 4(4), 16-17.

Fitrianto, D. 2022. Pengaruh Penggunaan Digital Payment, Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya. Surabaya: Universitas Bhayangkara.

Ghozali. 2018. Aplikasi analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (Edisi 9). Semarang: Universitas Diopenegoro.

Hakim, L., dan Rahmat, A. 2021. "Dampak Layanan Fintech pada Pola Konsumsi Generasi Milenial di Era Digital." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital,* 10(8), 26-29.

Islami, F., Rafidah, & Lubis, P. A. 2023. "Pengaruh Penggunaan E-Money Dan Sistem Pembayaran Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Febi Uin Sulthan Thaha Saifuddin Jambi Dalam Pespektif Syari'Ah." *INFOTECH Journal*, 9(2), 339–344.

Kotler, P., & Keller, K. L. 2021. Manajemen Pemasaran (Edisi 12.). Erlangga.

Michael & Nanik, N. T. 2023. Indikator Penggunaan Pembayaran Digital di Indonesia. Jakarta: Bina Nusantara University.

Nafiah, I. N., Safitri, A., & Fauziah, S. 2023. "Peran Literasi Keuangan dalam Memoderasi Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, *9*(3), 4059-4067.

Nur, M., dan Hidayat, R. 2022. "The Effect of Sales Promotion, E-Wallet, and Impulsive Buying on Consumer Consumptive Behavior." *International Journal of Social and Management Studies*, 11(7), 63-64.

Pratiwi, D. E., dan Hidayat, T. 2023. "Peran Literasi Keuangan dalam Memoderasi Pengaruh Paylater terhadap Perilaku Konsumtif." *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 8(3), 9-12.

Putri, A. R., dan Setyo, P. 2023. "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, dan Promosi Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Surabaya." *Jurnal Ilmu Manajemen,* 7(1), 83-86.

Rahma, A. N., Susilo, H., & Riyadi. 2021. Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan E-Wallet Dana. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(15), 12.

Rizkiyah, R. (2021). Digital Payment: Solusi Transaksi Non Tunai di Era Digital. Bandung: ITB.

Rohmah, L. N., Maida, N. Z., Kusumaputri, L. A. F., Al-Wafa, M. Q., & Mukti, T. 2024. "Pengaruh Kemudahan Bertransaksi dan Sifat Hedonisme Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2023 Universitas Sultan Ageng Tirtayasa." *Diponegoro Journal of Islamic Economics and Business,* 4(1), 3.

Sari, C. A., & Wijaya, T. 2021. "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Financial Technology Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial." *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan,* 6(2), 33.

Siregar, R. F., dan Yozza, H. 2022. "Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Kota Pekanbaru." *Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Teknologi*, 4(9), 43-53.

Sugiyono. 2021. Statistika untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2022. Metode Penelitian Kuantitatif. Yogyakarta: Alfabeta

Sujarweni, W. 2019. Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.