

SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN PEMBELIAN
MENGUNAKAN METODE PEMBAYARAN *PAYLATER*
(STUDI PADA GEN Z PENGGUNA FITUR *PAYLATER*
DI MALANG RAYA)**



Oleh

**DERINAYU MARAFI
NIM : 200501110146**

**JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2024**

SKRIPSI

ANALISIS FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGUNAKAN METODE PEMBAYARAN *PAYLATER* (STUDI PADA GEN Z PENGGUNA FITUR *PAYLATER* DI MALANG RAYA)

Diusulkan untuk Penelitian Skripsi
pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN)
Maulana Malik Ibrahim Malang



Oleh
DERINAYU MARAFI
NIM : 200501110146

**JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN PEMBELIAN
PENGUNAAN LAYANAN PAYLATER DENGAN LITERASI
KEUANGAN SYARIAH SEBAGAI MODERASI**

SKRIPSI

Oleh

Derinayu Marafi

NIM : [200501110146](#)

Telah Disetujui Pada Tanggal 11 Desember 2024

Dosen Pembimbing,



Feri Dwi Riyanto, M.E., CPMM., CFP

NIP. 198907102019031009

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN PEMBELIAN
MENGUNAKAN METODE PEMBAYARAN
PAYLATER (STUDI PADA GEN Z PENGGUNA FITUR
PAYLATER DI MALANG RAYA)**

SKRIPSI

Oleh

DERINAYU MARAFI

NIM : 200501110146

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)
Pada 24 Desember 2024

Susunan Dewan Penguji:

1 Ketua Penguji

Dr. Indah Yuliana, SE., MM

NIP. 197409182003122004

2 Anggota Penguji

Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.EI

NIP. 197507072005011005

3 Sekretaris Penguji

Feri Dwi Riyanto, M.E., CPMM., CFP

NIP. 198907102019031009

Tanda
Tangan



Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi,



Muhammad Sulhan, SE, MM

NIP. 197406042006041002

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Derinayu Marafi
NIM : 200501110146
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen

Menyatakan bahwa "**Skripsi**" yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul: **ANALISIS FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN METODE PEMBAYARAN *PAYLATER* (STUDI PADA GEN Z PENGGUNA FITUR *PAYLATER* DI MALANG RAYA)**

Adalah hasil karya saya sendiri, bukan "duplikasi" dari karya orang lain. Selanjutnya apabila dikemudian hari ada "klaim" dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 12 Desember 2024

Hormat saya,



METERAI
TEMPEL
2AAMXD86273470

Derinayu Marafi

NIM: 200501110146

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, saya mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua Orang Tua Tercinta

Ayah dan Ibu, terima kasih atas kasih sayang, doa, dan dukungan yang tiada henti. Kalian adalah sumber inspirasi dan motivasi terbesar dalam hidup saya.

2. Dosen Pembimbing

Terima kasih kepada dosen pembimbing saya Feri dwi Riyanto, M.E., CPMM.,CFP, atas bimbingan, ilmu, dan waktu yang telah diberikan dalam proses penyusunan skripsi ini.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi ilmu pengetahuan dan menjadi awal yang baik untuk perjalanan karir dan kehidupan saya di masa depan. Dengan mengubah atau menambahkan/dedikasi sesuai kebutuhan pribadi, halaman persembahan ini dapat diadaptasi untuk mencerminkan rasa terima kasih dan penghargaan penulis.

MOTTO

“Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirmu, dan apa yang ditakdirkan untukmu tidak akan pernah melewatkanmu”

(Umar bin Khattab)

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan bimbingan berbagai pihak yang kami sampaikan dengan tulus. Peneliti ingin menyampaikan apresiasi yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penelitian ini. Terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Zainuddin, MA, selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. Misbahul Munir, Lc., M.Ei., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibarahim Malang.
3. Muhammad Sulhan, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ikhsan Maksun, M.Sc, selaku Sekertaris Program Studi Manajemen.
5. Feri dwi Riyanto, M.E., CPMM.,CFP selaku Dosen Pembimbing yang telah memberi arahan dan petunjuknya dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Setiani, M.M selaku Dosen Wali yang telah membimbing dari awal masa perkuliahan.
7. Kedua orang tua saya Mat Rofiq dan Anik Susanti yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan doa, perhatian, nasihat, semangat dan motivasi hingga penulis dapat menyelesaikan studi ini.
8. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
9. Satu orang terdekat saya, Ayu Nanda Setyaningrum yang selalu memberikan saya semangat, nasihat, dukungan, dan bantuan untuk menyelesaikan penelitian ini.

10. Dan seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

Semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan dapat memberikan sumbangan yang positif bagi masyarakat. Kami menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat kami harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat yang luas bagi pembaca. Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Malang, 12 Desember 2024

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
10.1 Latar Belakang.....	1
10.2 Rumusan Masalah.....	12
10.3 Tujuan Penelitian	13
10.4 Manfaat Penelitian	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA	17
2.1 Penelitian Terdahulu	17
2.2 Kajian Teori	33
2.2.1 <i>Paylater</i>	33
2.2.1.1 Pengertian <i>Paylater</i>	33
2.2.1.2 Kelebihan dan Kekurangan <i>Paylater</i>	33
2.2.1.3 Pandangan Islam terhadap <i>Paylater</i>	35
2.2.2 <i>Theory of Reasoned Action</i>	36
2.2.3 <i>Theory of Planned Behaviour</i>	37
2.2.4 Presepsi Risiko	37
2.2.5 Financial Attitude	38
2.2.6 <i>Financial Behaviour</i>	39
2.2.7 Financial Security System	40
2.2.8 Tingkat Kebutuhan	41
2.2.9 Keputusan Pembelian	41
2.2.10 Literasi Keuangan Syariah	42
2.3 Kerangka Konseptual.....	44

2.4	Hipotesis Penelitian	46
2.4.1	Hubungan Presepsi Risiko dan Keputusan Pembelian	46
2.4.2	Hubungan <i>Financial Attitude</i> dan Keputusan Pembelian	47
2.4.3	Hubungan <i>Financial Behaviour</i> dan Keputusan Pembelian	47
2.4.4	Hubungan <i>Financial Security System</i> dan Keputusan Pembelian	47
2.4.5	Hubungan Tingkat Kebutuhan dan Keputusan Pembelian.....	48
2.4.6	Literasi Keuangan Syariah sebagai Moderasi	48
BAB III METODE PENELITIAN		50
3.1	Jenis dan Pendekatan Penelitian	50
3.2	Lokasi Penelitian.....	50
3.3	Populasi dan Sampel.....	51
3.3.1	Populasi	51
3.3.2	Sampel.....	51
3.4	Teknik Pengambilan Sampel	51
3.5	Data dan Jenis Data.....	52
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.7	Definisi Operasional Variabel	53
3.8	Analisis Data.....	57
3.8.1	Partial Least Square (PLS)	57
3.8.2	Statistika Deskriptif	59
3.8.3	Statistika Inferensial	59
3.8.4	Evaluasi <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran).....	60
3.8.5	Evaluasi <i>Inner Model</i> (Model Struktural).....	62
3.8.6	Tahapan Penggunaan SmartPLS	63
3.8.7	Model Struktural Penelitian.....	65
BAB IV HASIL PEMBAHASAN		67
4.1	Hasil Penelitian	67
4.1.1	Deskriptif Responden	67
4.1.2	Outer Model	69
4.1.3	Inner Model	76
4.2	Pembahasan	82
4.2.1	Pengaruh Presepsi Risiko Pada Keputusan Pembelian.....	82
4.2.2	Pengaruh <i>Financial Attitude</i> Pada Keputusan Pembelian	83
4.2.3	Pengaruh <i>Financial Behaviour</i> Pada Keputusan Pembelian	83

4.2.4	Pengaruh <i>Financial Security System</i> Pada Keputusan Pembelian...	84
4.2.5	Pengaruh Tingkat Kebutuhan Pada Keputusan Pembelian	85
4.2.6	Peran Moderasi Literasi Keuangan Syariah Pada Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian.....	85
4.2.7	Peran Moderasi Literasi Keuangan Pada <i>Financial Attitude</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	86
4.2.8	Peran Moderasi Literasi Keuangan Pada <i>Financial Behaviour</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	86
4.2.9	Peran Moderasi Literasi Keuangan Pada <i>Financial Security System</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	87
4.2.10	Peran Moderasi Literasi Keuangan Pada Tingkat Kebutuhan Terhadap Keputusan Pembelian.....	88
BAB V PENUTUP		89
5.1	Kesimpulan	89
5.2	Saran	90
DAFTAR PUSTAKA		91
LAMPIRAN-LAMPIRAN		97

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i> Jawaban Responden.....	54
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	55
Tabel 3.3 Parameter Evaluasi Model Pengukuran dalam Model Pengukuran PLS	63
Tabel 3.4 Parameter Evaluasi Model Struktural dalam Model Pengukuran PLS.....	64
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	69
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia Tahun 2023	2
Gambar 1.2 Proyeksi Ekonomi Digital Indonesia Berdasarkan Sektor (2023)	3
Gambar 1.3 Persentase Pendapatan yang Dibelanjakan di E-Commerce berdasar Usia	4
Gambar 1.4 Data Aplikasi <i>Paylater</i> yang banyak dipakai di Indonesia Tahun 2023	6
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	42
Gambar 3.1 Gambar Model Struktural Penelitian	62
Gambar 4.1 Hasil Uji Outer Model	70
Gambar 4.1 Hasil Uji Inner Model	78

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemunculan inovasi-inovasi baru yang hadir di sekitar kita menunjukkan bahwa seiring dengan perkembangan zaman, kemajuan teknologi juga ikut berkembang. Baik teknologi yang bisa terlihat langsung oleh mata kita seperti teknologi dibidang infrastruktur, atau yang tidak bisa kita rasakan secara nyata yaitu teknologi digital. Teknologi-teknologi kebaruaran ini tentunya sangat membantu keberlangsungan kinerja manusia baik dari segi waktu, biaya dan juga tenaga. Salah satu teknologi yang perkembangannya sangat pesat adalah teknologi digital, dimana transformasi digital memiliki peran penting dalam perubahan kehidupan manusia.

Transformasi digital merupakan suatu proses yang dilakukan suatu organisasi atau perusahaan yang mempengaruhi beberapa aspek seperti sumber daya manusia, alur kerja, strategi, dan struktur, serta memanfaatkan teknologi digital sebagai alat untuk meningkatkan aspek-aspek tersebut. Setiap orang yang terlibat harus meluangkan waktu untuk memahami dan mengelola transformasi digital yang akan terjadi. Tujuan transformasi digital adalah membuat proses manual menjadi lebih efisien, terutama dalam operasional bisnis (Panggabean, 2021).

Peran digitalisasi tidak hanya berfokus pada satu titik saja, namun juga merambah ke beberapa lini lainnya. Terdapat 7 sektor strategis yang berkembang seiring dengan kemajuan teknologi digital, antara lain pendidikan, kesehatan, pertanian, perikanan, pariwisata, transportasi, dan perdagangan (Rizkinaswara, 2021). Hal ini menjadikan perekonomian suatu negara menjadi lebih baik jika teknologi digital dapat dimaksimalkan dan dimanfaatkan dengan baik.

Gambar 1.1
Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia Tahun 2023



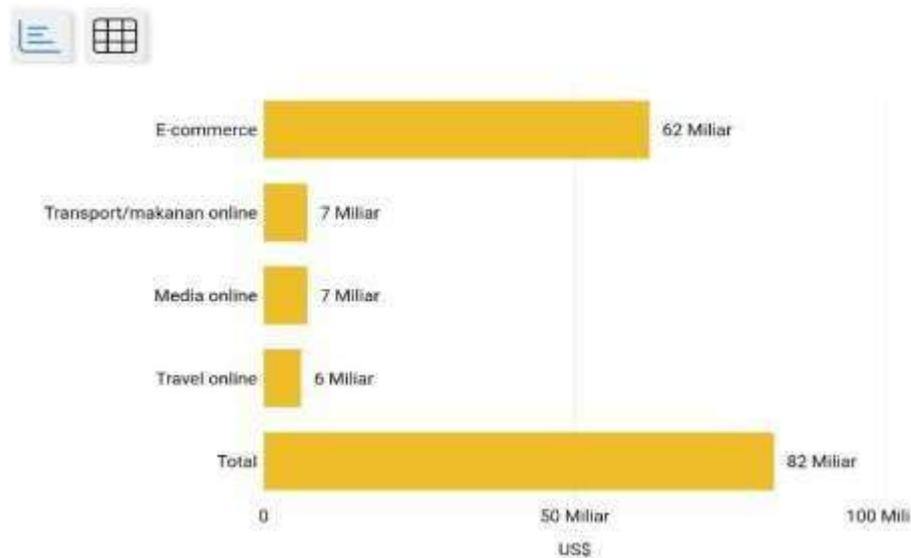
Sumber : <https://tekno.kompas.com/> (2024)

Berdasarkan statistik di atas, terjadi peningkatan data pengguna internet di Indonesia dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Jumlah penduduk yang memiliki akses internet pada tahun 2024 sebanyak 221.563.479 jiwa atau 278.896.200 jiwa dari seluruh penduduk Indonesia pada tahun 2023. Persentase penetrasi Internet di Indonesia pada tahun 2024 sebesar 79,5%, meningkat sekitar 1,31 persen dari tahun sebelumnya. Pemerintah Indonesia terus memperkuat ekonomi digitalnya agar seluruh aspek kehidupan eksternal negara dapat terpengaruh oleh kemajuan teknologi digital. Sebagai negara dengan luas daratan 5.193.250 kilometer, Indonesia terbilang salah satu negara terluas di dunia. Dengan adanya teknologi digital, Indonesia akan terbantu secara geografis yang sangat luas tersebut.

Menurut Ardiansyah (2023), kemajuan teknologi seperti internet, komputasi awan, *big data*, dan kecerdasan buatan telah mengubah wajah bisnis dan perekonomian. Saat ini, pengadaan produk dan jasa secara elektronik dapat dilakukan dengan bantuan teknologi informasi dan internet. Hal ini mengubah cara kita berinteraksi, berbisnis, dan berbelanja. Tren yang terjadi saat ini telah mengubah cara masyarakat berinteraksi dengan berbagai objek di era yang semakin digital. Hal ini memungkinkan bisnis menjangkau pasar yang lebih besar dan

meningkatkan loyalitas pelanggan melalui pembelian dan penjualan produk atau layanan melalui *platform online* (Salsabilla & Adlina, 2023).

Gambar 1.2
Proyeksi Ekonomi Digital Indonesia Berdasarkan Sektor (2023)

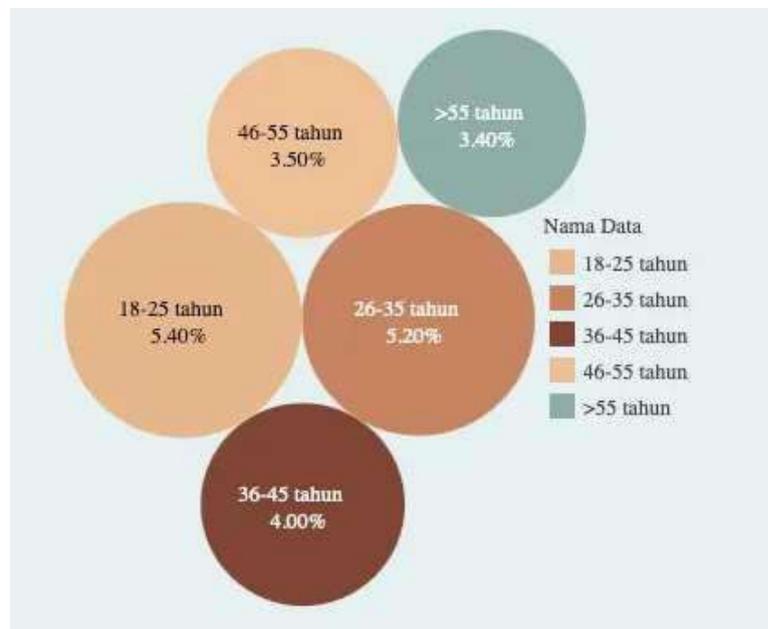


Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/> (2023)

Pada tahun 2023, sumber utama kontribusi ekonomi digital jika dilihat dari data di atas bersumber dari *e-commerce*. Berdasarkan data terbaru *e-Conomy SEA 2023* Google, Temasek, dan Bain & Company, *gross merchandise value* (GMV) atau total nilai transaksi ekonomi digital Indonesia di sektor *e-commerce* diperkirakan mencapai US\$62 juta pada tahun 2023 (Annur, 2023). Modal tersebut berkontribusi sekitar 75,6% terhadap PDB Indonesia pada ekonomi digital yang kini bernilai US\$82 miliar. Hal ini semakin menunjukkan bahwa teknologi digital telah sangat membantu pertumbuhan ekonomi dan transaksi perdagangan Indonesia. *E-commerce* sendiri diartikan sebagai bisnis yang menggunakan teknologi elektronik untuk memfasilitasi jual beli barang sekaligus menghubungkan pembeli dan penjual secara *online*. Tujuan dari *E-commerce* adalah untuk menumbuhkan dan memperluas bisnis melalui transaksi elektronik, yang diharapkan dapat meningkatkan pendapatan bisnis (Andrew & Erdiansyah, 2021).

Dampak positif dari munculnya *e-commerce*, membuat kepuasan pelanggan menjadi meningkat. Dulunya mereka hanya bisa bertransaksi secara *offline* dengan mendatangi langsung bursa, pasar, atau toko. Namun, saat ini mereka dapat dengan mudah dan nyaman bertransaksi *online* dari rumah mereka sendiri. Persepsi konsumen mengenai harga, ketersediaan, promosi, dan lokasi toko mempunyai dampak signifikan terhadap perubahan perilaku bisnis saat ini (Kotler & Keller, 2012). Keunggulan utama yang ditawarkan toko *online* adalah memudahkan masyarakat dalam bertransisi dari pembelian *offline* ke *online*. Sayangnya, terlepas dari semua kemudahan yang ditawarkan, beberapa pelanggan masih enggan bertransaksi *online* karena terdapat risiko terkait dengan kualitas dan sistem pembayaran (Sari, 2021).

Gambar 1.3
Persentase Pendapatan yang Dibelanjakan di *E-Commerce* berdasar Usia



Sumber : <https://datains.medium.com/> (2023)

Mayoritas pengguna *e-commerce* adalah generasi muda, terutama generasi Z dengan rentang usia 18-25 tahun. Hal ini didukung oleh fakta bahwa generasi Z memiliki kecenderungan melakukan pembelian di *e-commerce* yang lebih tinggi, dengan persentase pemakaian gaji sebesar 5,40%. Kelompok berusia 26 hingga 35 tahun, berada di urutan kedua dengan presentase 5,20% dalam menggunakan uang gajinya untuk berbelanja di *E-commerce*, sebagaimana ditunjukkan oleh data di atas. Hal ini menjadikan generasi Z paling tinggi secara kelompok generasi dibandingkan dengan generasi lainnya terhadap penggunaan gaji terhadap pembelian di *E-commerce*.

Pelanggan melakukan pembelian suatu produk karena mereka memiliki kebutuhan khusus terhadap produk tersebut, yang kemudian dipengaruhi oleh seberapa besar anggaran yang tersedia untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Dengan kemajuan sistem pembayaran saat ini, untuk mengukur ketersediaan anggaran dapat dibayar menggunakan metode pembayaran digital lainnya, seperti kartu kredit, bukan hanya uang tunai (Sari, 2021). Salah satu sistem pembayaran yang paling sering digunakan saat ini adalah *Paylater*, yang terkadang juga disebut sebagai "bayar nanti".

Paylater adalah *fintech* yang memudahkan penjualan dan pembelian dengan memungkinkan pembayaran dilakukan secara berhutang akan tetapi tanpa memerlukan kartu kredit. Fitur pembayaran "bayar nanti" *Paylater* dapat digunakan untuk berbagai transaksi, mulai dari aktivitas sehari-hari seperti berbelanja secara *online* hingga aktivitas terkait perjalanan seperti pemesanan kamar hotel, pembelian tiket, dan pembelian paket data internet (I. E. Prastiwi & Fitriah, 2021). Menurut Anisa & Saepuloh, (2024) Kehadiran *Paylater* di berbagai aplikasi tentu menarik minat dan rasa ingin tahu masyarakat untuk mencoba berbelanja secara *online* menggunakan fitur tersebut. Menghadirkan fitur *paylater* adalah strategi pemasaran pintar untuk menarik minat konsumen agar lebih banyak berbelanja. Saat ini, banyak dari generasi Z yang mengakses layanan *Paylater*, termasuk di antaranya yang masih berstatus sebagai mahasiswa di perguruan tinggi.

Penggunaan *paylater* di kalangan mahasiswa dapat menimbulkan beberapa bahaya yang perlu diwaspadai. Meskipun fitur ini memberikan kemudahan dalam berbelanja secara daring tanpa harus membayar secara langsung, hal ini dapat mendorong perilaku konsumtif

yang tidak terkendali, terutama bagi mahasiswa yang belum sepenuhnya memiliki pengelolaan keuangan yang matang (Amelia et al., 2023). Tanpa disadari, mahasiswa bisa terjebak dalam jebakan hutang, karena mereka cenderung membeli barang atau jasa yang sebenarnya tidak terlalu penting atau hanya berdasarkan dorongan emosional saat itu. Jika tidak dikelola dengan bijak, kewajiban membayar tagihan paylater yang terus menumpuk dapat membebani keuangan pribadi mahasiswa dan mengganggu kestabilan finansial mereka (Zahara et al., 2023). Selain itu, beberapa mahasiswa mungkin tidak sepenuhnya memahami bunga atau biaya tambahan yang dikenakan oleh penyedia layanan paylater, yang dapat membuat mereka semakin terjatuh dalam utang.

Berdasarkan data badan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), jumlah pengguna *Paylater* mencapai 72,88 juta pada akhir tahun 2023. Dimana terjadi peningkatan sebesar 18,18 juta atau 33,25 persen jika diukur secara *year-on-year* (YoY). Sebelumnya, jumlah pengguna *Paylater* sebanyak 54,70 juta pengguna dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya (Perwitasari, 2023).

Gambar 1.4

Data Aplikasi *Paylater* yang banyak dipakai di Indonesia Tahun 2023



Sumber : <https://voi.id/> (dipublikasikan November 2023)

Jika melihat dari gambar di atas, *ShopeePaylater* menjadi merek yang paling banyak diingat oleh masyarakat dan yang paling banyak digunakan pada tahun 2023. Adapun rinciannya yakni sebesar 89% masyarakat paling *aware* atau paling ingat terhadap *brand Paylater* yaitu *ShopeePaylater*, disusul dengan *GoPaylater* diperingkat kedua dengan selisih 39% yaitu sebesar 50%. Kemudian untuk

pengguna paling banyak *brand Paylater* juga diungguli oleh *ShopeePaylater* dengan angka 77%, dengan selisih yang cukup banyak dari pesaing terdekatnya yakni dengan selisih 49% dimana *GoPaylater* hanya memperoleh angka pengguna sebesar 28%. Pengguna metode pembayaran *buy now pay later (Paylater)* didominasi oleh Gen Z atau rentang usia 17 tahun hingga 25 tahun. Kebanyakan dari kelompok usia ini yang memanfaatkan fitur *Paylater* adalah mahasiswa yang belum memiliki income tapi sudah memiliki kebutuhan (Mahadi, 2023).

Ada beberapa faktor yang menyebabkan konsumen menggunakan metode pembayaran *Paylater*. *Theory of Planned Behavior (TPB)* menjadi *grand theory* yang menjelaskan persepsi perilaku individu berkembang karena mempunyai

kecenderungan untuk mengejar tujuannya dan tujuan tersebut disebabkan oleh berbagai faktor internal dan eksternal. Persepsi sikap individu terhadap perilaku meliputi tingkat kepercayaannya terhadap perilaku, evaluasi terkait hasil perilaku, norma bawahan, kepercayaan normatif, dan motivasi untuk patuh (A. S. A. Prastiwi, 2011). Teori ini sangat cocok untuk menjelaskan faktor internal dari dalam diri manusia dan faktor-faktor dari luar yang memungkinkan mempengaruhi keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran *Paylater*.

Banyak orang yang enggan menggunakan metode pembayaran *Paylater* karena mempertimbangkan faktor persepsi risiko. Persepsi risiko yang semakin besar menyebabkan tingkat kecemasan masyarakat semakin besar saat bertransaksi *online*, begitu pula sebaliknya (L. D. Rahayu, 2022). Konsep persepsi risiko merupakan interpretasi atau analisis terhadap suatu situasi berisiko berdasarkan setiap perbuatan atau perilaku yang dilakukan. Beberapa hal yang menjadi pendorong meningkatnya persepsi risiko pelanggan adalah dengan adanya kenaikan harga produk dan tingkat partisipasi konsumen (Dewi, 2014).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Kumar dan Nayak (2024) menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian masyarakat dalam menggunakan *Paylater*. Ketika individu merasa bahwa risiko dalam menggunakan layanan *Paylater* dapat dikelola atau dikendalikan, mereka lebih cenderung untuk mengambil keputusan pembelian. Namun hasil berbeda ditemukan pada penelitian yang dilakukan (Irsanyya et al., 2024) dan (Sebayang et al., 2023), dimana persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Pada penelitian lain dari (Nguyen et al., 2019) dan (Tham et al., 2019) mendapatkan hasil bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian. Persepsi risiko yang tinggi sering kali disebabkan oleh ketidakpastian atau kurangnya informasi yang jelas mengenai layanan *Paylater*.

Jika masyarakat merasa tidak yakin tentang bagaimana sistem ini bekerja atau meragukan transparansi penyedia layanan, mereka cenderung menahan diri untuk menggunakan *Paylater*, karena mereka takut akan potensi kerugian atau penipuan. Tidak hanya persepsi risiko saja yang memiliki hubungan dengan Keputusan pembelian tetapi *Financial attitude* (sikap keuangan) juga merupakan aspek penting yang mempengaruhi bagaimana individu mengambil keputusan

terkait penggunaan layanan keuangan, termasuk *Paylater*. Sikap keuangan mencerminkan pandangan, keyakinan, dan nilai-nilai yang dipegang seseorang dalam mengelola dan mengatur keuangannya (Tahir et al., 2021). Generasi Z, yang dikenal sebagai generasi digital, sering kali memiliki pendekatan yang unik terhadap keuangan mereka, yang dapat berdampak pada keputusan mereka untuk menggunakan metode pembayaran tertentu seperti *Paylater*.

Financial attitude (sikap keuangan) menjadi faktor lain generasi Z dalam menyikapi keuangannya dalam memutuskan untuk melakukan transaksi dengan metode pembayaran *Paylater*. Hal ini sesuai dengan temuan penelitian dari (Tahir et al., 2021) dimana *financial attitude* berpengaruh positif terhadap pengeluaran tabungannya. Individu dengan sikap keuangan yang positif biasanya lebih disiplin dalam mengelola pengeluaran dan pemasukan mereka. Mereka cenderung memiliki kebiasaan menabung yang baik dan melihat tabungan sebagai bagian penting dari perencanaan keuangan. Sikap keuangan yang positif mendorong mereka untuk menyisihkan sebagian pendapatan untuk ditabung, yang pada gilirannya meningkatkan jumlah tabungan mereka. Penelitian lain yang dikemukakan oleh (Takaendengan, 2015) hasilnya juga menunjukkan bahwa *financial attitude* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian menggunakan kartu kredit di Kota Manado. Sikap keuangan yang positif membuat individu lebih melihat manfaat dari penggunaan kartu kredit, seperti kemudahan transaksi, fasilitas cicilan, dan berbagai penawaran atau diskon. Akan tetapi hasil sebaliknya dikemukakan oleh (Syafira, 2021), dimana dari penelitian yang dilakukan hasilnya *financial attitude* berpengaruh negatif terhadap keputusan penggunaan kartu kredit pada generasi milenial. Banyak milenial yang menyadari potensi dampak negatif dari utang kartu kredit, seperti beban bunga yang tinggi dan risiko terjebak dalam siklus utang. Kondisi ekonomi saat penelitian dilakukan juga dapat mempengaruhi hasil. Dalam periode ekonomi yang stabil atau berkembang, individu mungkin lebih cenderung menggunakan fasilitas kredit. Sebaliknya, dalam kondisi ekonomi yang buruk atau tidak stabil, mereka mungkin lebih berhati-hati dan menghindari utang. Pertimbangan dalam memutuskan keputusan pembelian tidak hanya dilihat dari *financial attitude* saja akan tetapi *financial behaviour* (perilaku keuangan) generasi Z juga mencerminkan keputusan pembelian kedepannya dalam penggunaan transaksi dengan menggunakan metode *Paylater*. Pada temuan penelitian

(Arianti, 2018) dan (Noviola, 2021) hasilnya menunjukkan bahwa *financial behaviour* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Perilaku keuangan yang baik mencerminkan kedisiplinan dalam mengelola pengeluaran, pendapatan, dan tabungan. Namun hasil berbeda ditemukan oleh penelitian lain, dimana penelitian yang dikemukakan oleh (Herlyna & Kusumaningsih, 2023), mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh negatif antara *financial behavior* dengan *dissaving behavior* pengguna layanan *ShopeePaylater* pada mahasiswa fakultas ekonomi UNISSULA. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sukayana & Sinarwati, 2019) dimana terdapat pengaruh negatif antara *financial behaviour* terhadap keputusan pembelian. Perilaku keuangan yang baik sering kali mencakup perencanaan keuangan yang efektif, termasuk pengelolaan anggaran yang cermat. Mahasiswa dengan perilaku keuangan yang baik mungkin merencanakan pengeluaran mereka dengan hati-hati dan menghindari penggunaan layanan *Paylater* yang dapat mendorong pengeluaran lebih dari yang direncanakan. *Financial security system* dalam bertransaksi menggunakan metode pembayaran *Paylater* juga menjadi faktor kesekian terkait keputusan pembelian generasi Z. Faktor yang mendukung hal tersebut telah dikemukakan setelah adanya hasil penelitian yang dilakukan oleh (Aini & Susanti, 2021). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *financial security system* menunjukkan hasil positif, sehingga ketika *financial security system* mengalami peningkatan maka keputusan pembelian di marketplace juga meningkat. Akan tetapi hasil berbeda di temukan pada penelitian yang dilakukan oleh (Irawan, 2018), dimana hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *financial security system* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Persepsi konsumen tentang keamanan finansial dapat mempengaruhi keputusan mereka. Jika sistem keamanan dianggap kuat dan efektif, konsumen mungkin merasa lebih aman dalam berbelanja online. Namun, jika ada keraguan atau masalah terkait keamanan, keputusan pembelian mungkin tidak terpengaruh secara signifikan.

Sebagai generasi muda, sebenarnya tingkat kebutuhan hidupnya masih belum banyak. Akan tetapi gaya hidup konsumtif mendorong generasi Z untuk melakukan pembelian secara *impulsive* yang membuat tingkat kebutuhan hidup mereka menjadi tinggi. Untuk mengimbangi gaya hidup anak muda saat ini, yang berbanding terbalik dengan pemasukan yang minim atau bisa dibilang kondisi

keuangan yang belum *settle* membuat banyak generasi Z mulai mempertimbangkan pembelian menggunakan metode pembayaran *Paylater*. Melihat alasan penggunaan layanan *Paylater*, dua jawaban yang paling populer bagi Gen Z adalah untuk memenuhi kebutuhan ketika tidak memiliki cukup uang dan banyaknya promo (Hartanto, 2022).

Hal ini diperkuat dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh (Bari et al., 2022) dimana pada kelompok usia 23 - 28 tahun, sebagian besar mengambil keputusan pembelian merek gadget berdasarkan kebutuhan sosial. Pada kelompok usia 29 - 35 tahun dan usia lebih dari 36 tahun, responden sebagian besar mengambil keputusan pembelian merek *gadget* berdasarkan kebutuhan aktualisasi diri. Penelitian lain juga mengungkapkan hal yang sama dimana hasil dari penelitian yang dilakukan oleh (Kasanah, 2021a) menjelaskan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan kebutuhan terhadap keputusan pembelian sebuah produk. Dari kedua hasil penelitian tersebut penulis ingin meneliti fenomena lain ketika metode pembayarannya menggunakan *Paylater* apakah hubungannya masih sama positif dari penelitian-penelitian terdahulu yang sudah dilakukan. Kemudian untuk sampelnya juga generasi Z dimana peneliti sebelumnya belum ada yang mengambil sampel generasi Z dengan rentang usia 12-26 tahun.

Dari beberapa faktor *diatas*, terdapat faktor yang tidak kalah pentingnya menjadi bahan pertimbangan untuk selanjutnya keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran *Paylater* dilakukan. Faktor tersebut adalah literasi keuangan yang menjadi bekal dalam memutuskan hal tersebut. Generasi Z kebanyakan tidak memiliki bekal pengetahuan literasi keuangan yang baik. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menginfokan, dimana tingkat literasi keuangan Gen Z sebesar 44,04% lebih rendah 3,94% dari generasi milenial, dengan jumlah penduduk Gen Z di tahun 2019 sebesar 72,9 juta jiwa. Literasi keuangan sebesar 44,04% termasuk dalam tingkat literasi keuangan rendah, karena di bawah 60%. Tingkat literasi keuangan yang rendah, menunjukkan bahwa pengetahuan generasi Z akan tabungan dan pinjaman, asuransi dan investasi masih rendah (Laturette et al, 2021). Sementara dalam literasi keuangan syariah sendiri pada tahun 2019 hanya 8,93%. Hasil tersebut cukup dibilang kurang memuaskan dikarenakan jumlah mayoritas penduduk di Indonesia sendiri muslim akan tetapi tingkat literasi mereka terkait keuangan syariah sangat rendah. Dalam hal ini penulis mencoba memfokuskan

terkait pengetahuan literasi keuangan secara syariah. Selain karena mayoritas penduduk di Indonesia beragama Islam, saat ini hal-hal terkait dengan syariah mulai marak di Indonesia.

Literasi keuangan syariah merujuk pada pemahaman dan kemampuan individu untuk mengelola keuangan secara bijak sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Prinsip utama dalam keuangan syariah adalah menghindari unsur-unsur yang tidak sesuai dengan hukum Islam, seperti gharar (ketidakpastian), maysir (judi) riba (bunga) yang di atur Fatwa MUI No. 1 Tahun 2004 tentang keharaman bunga dalam lembaga keuangan yang menjadi salah satu faktor pendorong berkembangnya bank syariah di Indonesia. (Adiyanto et al., 2021). Dalam literasi keuangan syariah, individu diajarkan untuk memahami produk dan layanan keuangan yang sesuai dengan hukum Islam, termasuk bank syariah, asuransi syariah, investasi syariah, serta produk keuangan lainnya yang berlandaskan prinsip keadilan, transparansi, dan larangan eksploitasi. Pemahaman ini juga meliputi cara pengelolaan keuangan yang adil, seperti pembagian risiko dan keuntungan yang seimbang antara pihak yang terlibat (Nasution & Fatira, 2019). Literasi keuangan syariah tidak hanya penting untuk menghindari praktik-praktik yang bertentangan dengan ajaran agama, tetapi juga untuk memastikan bahwa setiap keputusan keuangan yang diambil berlandaskan pada etika dan moralitas yang sesuai dengan syariah, serta mendukung kesejahteraan ekonomi umat.

Penelitian yang dilakukan oleh (Thohari & Hakim, 2021) dan (Yulianto, 2018) menjelaskan bahwa faktor literasi keuangan syariah mempengaruhi keputusan individu. Dimana penelitian yang disebutkan pertama mengemukakan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif terhadap keputusan individu untuk menabung. Kemudian penelitian yang kedua mengungkapkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada *marketplace shopee*. Akan tetapi hasil berbeda dikemukakan oleh penelitian yang dilakukan oleh (Wiranto, 2023) dimana tidak ada pengaruh antara literasi keuangan Islam dengan kecenderungan berhutang. Penelitian lain yang dilakukan oleh (Candera et al., 2020) mengungkapkan bahwa literasi keuangan syariah tidak mampu memoderasi pengaruh demografi pada indikator jenis kelamin, usia, dan pendapatan terhadap minat menabung masyarakat pada Bank Syariah di Kota Palembang. Perbedaan hasil tersebut bisa terjadi dikarenakan lokasi dan populasi

yang berbeda, seperti Bank Syariah di Kota Palembang dan marketplace Shopee. Perbedaan dalam konteks ini dapat mempengaruhi hasil, karena pengetahuan dan sikap terhadap literasi keuangan syariah bisa bervariasi tergantung pada daerah, budaya, dan kelompok demografis yang berbeda.

Pemilihan daerah Malang Raya sebagai lokasi penelitian bukan tanpa alasan, akan tetapi dengan mempertimbangkan berbagai alasan salah satunya yaitu karena banyaknya perguruan tinggi di Malang Raya. Malang sebagai Kota Pendidikan menjadikan tempat berkumpulnya generasi Z dari berbagai daerah, hal ini membuat objek penelitian menjadi beragam. Kemudian generasi Z yang berada di luar Kota Malang namun masih dalam cakupan Malang Raya yakni Kota Batu dan Kabupaten Malang pastinya mempunyai karakteristik yang berbeda dalam berbagai faktor seperti pekerjaan, tingkat pendapatan, pengetahuan keuangan dan lain-lain. Tidak hanya itu saja berdasarkan hasil Hasil survei nasional literasi inklusi keuangan tahun 2022 yang digelar Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menempatkan Kota Malang sebagai wilayah kabupaten/kota dengan tingkat literasi keuangan tertinggi se-Indonesia. Tingkat literasi keuangan Kota Malang terukur pada level 69,43% atau jauh lebih tinggi dibanding rata-rata nasional, yakni 49,68%. Angka ini menunjukkan bahwa masyarakat semakin melek atas informasi dan perkembangan dunia keuangan saat ini. Hal inilah yang membuat penelitian ini dilakukan di Malang Raya.

Karena terdapat inkonsistensi dari beberapa penelitian yang sudah penulis paparkan di atas, seerta obyeknya juga ada yang belum membahas mengenai *Paylater*. Oleh karena itu penulis ingin mencoba mendalami temuan lain dimana penelitian ini menggunakan teori keuangan dengan menambahkan keterbaruan dari penelitian sebelumnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor penentu keputusan pembelian generasi Z dengan menggunakan metode pembayaran *Paylater*. Sehingga, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ***“Analisis Faktor Penentu Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Paylater (Studi Pada Gen Z Pengguna Fitur Paylater Di Malang Raya).”***

1.2 Rumusan Masalah

Dengan melihat latar belakang yang sudah penulis uraikan di atas, penulis menentukan beberapa rumusan masalah yang akan termuat dalam penelitian ini. Beberapa rumusan masalah tersebut diantaranya sebagai berikut :

1. Apakah persepsi risiko mampu mempengaruhi keputusan pembelian generasi Z pengguna layanan *Paylater* di Malang Raya?
2. Apakah *financial attitude* mampu mempengaruhi keputusan pembelian generasi Z pengguna layanan *Paylater* di Malang Raya?
3. Apakah *financial behaviour* mampu mempengaruhi keputusan pembelian generasi Z pengguna layanan *Paylater* di Malang Raya?
4. Apakah *financial security system* mampu mempengaruhi keputusan pembelian generasi Z pengguna layanan *Paylater* di Malang Raya?
5. Apakah tingkat kebutuhan mampu mempengaruhi keputusan pembelian generasi Z pengguna layanan *Paylater* di Malang Raya?
6. Apakah literasi keuangan syariah mampu memperkuat hubungan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian generasi Z pengguna layanan *Paylater* di Malang Raya?
7. Apakah literasi keuangan syariah mampu memperkuat hubungan *financial attitude* terhadap keputusan pembelian generasi Z pengguna layanan *Paylater* di Malang Raya?
8. Apakah literasi keuangan syariah mampu memperkuat hubungan *financial behaviour* terhadap keputusan pembelian generasi Z pengguna layanan *Paylater* di Malang Raya?
9. Apakah literasi keuangan syariah mampu memperkuat hubungan *financial security system* terhadap keputusan pembelian generasi Z pengguna layanan *Paylater* di Malang Raya?
10. Apakah literasi keuangan syariah mampu memperkuat hubungan tingkat kebutuhan terhadap keputusan pembelian generasi Z pengguna layanan *Paylater* di Malang Raya?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari sepuluh rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk melakukan pengujian dan analisis terkait ada atau tidaknya

pengaruh dari persepsi risiko terhadap keputusan pembelian generasi Z pengguna layanan *Paylater* di Malang Raya

2. Untuk melakukan pengujian dan analisis terkait ada atau tidaknya pengaruh dari *financial attitude* terhadap keputusan pembelian generasi Z pengguna layanan *Paylater* di Malang Raya
3. Untuk melakukan pengujian dan analisis terkait ada atau tidaknya pengaruh dari *financial behaviour* terhadap keputusan pembelian generasi Z pengguna layanan *Paylater* di Malang Raya
4. Untuk melakukan pengujian dan analisis terkait ada atau tidaknya pengaruh dari *financial security system* terhadap keputusan pembelian generasi Z pengguna layanan *Paylater* di Malang Raya
5. Untuk melakukan pengujian dan analisis terkait ada atau tidaknya pengaruh dari tingkat kebutuhan terhadap keputusan pembelian generasi Z pengguna layanan *Paylater* di Malang Raya
6. Untuk melakukan pengujian dan analisis terkait kemampuan literasi keuangan syariah dalam memperkuat hubungan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian generasi Z pengguna layanan *Paylater* di Malang Raya
7. Untuk melakukan pengujian dan analisis terkait kemampuan literasi keuangan syariah dalam memperkuat hubungan *financial attitude* terhadap keputusan pembelian generasi Z pengguna layanan *Paylater* di Malang Raya
8. Untuk melakukan pengujian dan analisis terkait kemampuan literasi keuangan syariah dalam memperkuat atau memperlemah hubungan *financial behaviour* terhadap keputusan pembelian generasi Z pengguna layanan *Paylater* di Malang Raya
9. Untuk melakukan pengujian dan analisis terkait kemampuan literasi keuangan syariah dalam memperkuat hubungan *financial security system* terhadap keputusan pembelian generasi Z pengguna layanan *Paylater* di Malang Raya
10. Untuk melakukan pengujian dan analisis terkait kemampuan literasi keuangan syariah dalam memperkuat hubungan tingkat kebutuhan terhadap keputusan pembelian generasi Z pengguna layanan *Paylater* di Malang Raya

Malang Raya

1.4 Manfaat Penelitian

a. Bagi Penyedia Layanan

Penulis berharap, dengan adanya penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi beberapa penyedia layanan *Paylater* yang menjadi bahan penelitian. Karena dalam penelitian ini, penyedia layanan dapat mengetahui mengenai persepsi risiko, *financial attitude*, *financial behaviour*, *financial security system*, dan tingkat kebutuhan yang mempengaruhi keputusan pembelian generasi Z pengguna layanan *Paylater* di wilayah Malang Raya. Tentu saja hal ini dapat menjadi bahan masukan dan evaluasi agar nantinya terdapat peningkatan pelayanan, peningkatan keamanan dan juga dapat menentukan karakteristik pengguna layanan *Paylater* khususnya generasi Z di Malang Raya.

b. Bagi Pengguna Layanan

Manfaat yang penulis harapkan dapat dirasakan oleh pengguna layanan *Paylater* yakni terkait adanya informasi-informasi yang bisa diketahui sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian menggunakan layanan *Paylater* di beberapa *platform digital*. Bahwasannya ada hal-hal yang perlu diperhatikan seperti persepsi risiko, *financial attitude*, *financial behaviour* dan tingkat kebutuhan. Selain itu informasi terkait aplikasi yang paling banyak diakses dengan pertimbangan ilmu pengetahuan dari literasi keuangan syariah yang bisa dijadikan bahan pertimbangan oleh para pengguna layanan *Paylater*.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini tentunya memberikan manfaat bagi penulis terkait perkembangan digital ekonomi di Indonesia. Dari penelitian ini, penulis mampu mengetahui karakteristik generasi Z yang memutuskan untuk melakukan pembelian pada layanan *Paylater* dengan melakukan pertimbangan-pertimbangan seperti persepsi risiko, *financial attitude*, *financial behaviour* dan tingkat kebutuhan serta mempertimbangkan literasi keuangan syariah sebagai pegangan dan sumber ilmu pengetahuan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Irsanyya et al., (2024) dengan judul *“The Effect of E-Service Quality and Perceived Risk on Purchase Decisions Using the Paylater Payment Method”*. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menyelidiki efek kualitas layanan dan risiko yang dirasakan ketika menggunakan metode pembayaran *Paylater*, serta hubungannya terhadap keputusan pembelian pengguna social media di Jawa Barat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi risiko tidak memengaruhi keputusan pembelian *Paylater*.

Kumar & Nayak (2024) dengan judul *“Understanding the intricacies of risky indebtedness, impulse buying and perceived risk in buy-now-pay-later adoption”*. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan subjek penelitian yaitu pembeli muda di negara India, dengan jumlah responden sebanyak 399 pembeli. Model *equation struktur partial least squares* digunakan untuk menganalisis datanya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi risiko meningkatkan hubungan antara sikap dan keinginan untuk Buy-Now-Pay-Later.

Sebayang Et Al., N.D., (2023) dengan judul *“The Role Of Perceived Ease Of Use And Perceived Risk Towards E-Commerce Paylater Adoption In Indonesia”*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi pengaruh *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Risk* sebagai komponen multidimensi terhadap keinginan perilaku pengguna *Paylater* saat menggunakan e-commerce di wilayah Jabodetabek, Indonesia. Kerangka *Technology Acceptance Model (TAM)* digunakan untuk menganalisis niat perilaku. Risiko yang dianggap sebagai penghambat dimasukkan ke dalam model. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi risiko tidak berdampak negatif pada keinginan untuk menggunakan *E-Commerce Paylater*.

Nguyen et al., (2019) dengan judul *“The joint influence of financial risk perception and risk tolerance on individual investment decision-making”*. Penelitian ini dilakukan di Australia untuk menyelidiki bagaimana persepsi risiko

keuangan dan toleransi risiko memengaruhi keputusan investasi individu. Penelitian ini menggunakan analisis EFA dan CFA dengan menggunakan SPSS. Hasilnya menunjukkan bahwa persepsi risiko berdampak negatif pada keputusan untuk membagi aset berisiko.

Tham et al., (2019) dengan judul "*Perceived Risk Factors Affecting Consumers' Online Shopping Behaviour.*" Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari bagaimana pelanggan Malaysia yang membeli barang online dipengaruhi oleh risiko keuangan, kenyamanan, risiko non-pengiriman, risiko kebijakan pengembalian, dan risiko produk. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel risiko keuangan (FR) tidak signifikan dan berdampak negatif terhadap perilaku belanja online dari 245 pembeli online Malaysia melalui survei yang dilakukan sendiri; nilai p-value lebih besar dari 0,05 menjadi 0,992 dan nilai estimasi lebih rendah dari -0,001.

Syafira, (2021) dengan judul "Pengaruh Literasi Keuangan, Faktor Demografi, *Financial Attitude*, Dan Pengalaman Keuangan Terhadap Penggunaan Kartu Kredit Generasi Milenial." Penelitian ini bertujuan untuk menentukan apakah *free cash flow, leverage, earnings, tangible fixed assets, size, dan catering incentives* mempengaruhi kebijakan pembayaran dividen dengan menggunakan rasio pembayaran dividen DPR. Obyeknya adalah tujuh perusahaan subsektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Metode estimasi *Ordinary Least Square* (OLS) digunakan untuk analisis ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya tiga faktor yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan kartu kredit adalah usia, literasi keuangan, dan pengalaman keuangan.

Tahir et al., (2021) dengan judul "*Financial literacy, attitudes, and financial satisfaction: an assessment of credit card debt-taking behavior of Australians.*" Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengkaji kekuatan relatif dari hubungan literasi keuangan, sikap terhadap keseimbangan pengeluaran dan tabungan, dan kepuasan finansial dengan perilaku mengambil hutang kartu kredit dengan menganalisis gelombang rumah tangga, pendapatan dan tenaga kerja. Hasilnya adalah AME menunjukkan jika seseorang menunjukkan sikap positif satu poin terhadap keseimbangan pengeluaran dan tabungannya.

Takaendengan (2015) dengan judul "*The Influence Of Personal Financial Knowledge And Personal Financial Attitude Towards Buying Decision Using*

Credit Card In Manado City". Penelitian ini bertujuan untuk menguji literasi keuangan dan sikap keuangan seseorang terhadap keputusan mereka untuk menggunakan kartu kredit; sampel penelitian adalah masyarakat Kota Manado. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dan menemukan bahwa sikap keuangan memengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan kartu kredit di Manado.

Herlyna & Kusumaningsih (2023) dengan judul "Hubungan *Financial Behavior* Dan Kontrol Diri Dengan *Dissaving Behavior* Pengguna Layanan *Shopee Paylater* Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang." Untuk menganalisis data, analisis regresi berganda dan korelasi parsial digunakan. Menurut hasil korelasi parsial pertama, diperoleh skor $r_{x1y} = -0,385$ dengan signifikansi = 0.000 ($p < 0,01$), yang menunjukkan bahwa ada hubungan negatif antara perilaku keuangan dan perilaku ketidakhematan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Unissula.

Noviola (2021) dengan judul "Pengaruh *Financial Literacy*, *Financial Attitude*, *Financial Behavior* Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada *Marketplace* Shopee." Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana keterampilan keuangan, sikap keuangan, dan tindakan keuangan memengaruhi keputusan pembelian mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Putera Indonesia saat berbelanja di pasar *shopee*. Untuk analisis, regresi linear berganda digunakan dengan SPSS. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan dan perilaku keuangan memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian di *shopee*.

Sukayana & Sinarwati (2019) dengan judul "Analisis Pengaruh *Financial Behaviour* dan *Actual Use Digital Payment System* Terhadap Pendapatan Usaha Sektor UMKM di Bali." Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perilaku keuangan (perilaku keuangan) dan kebiasaan penggunaan sistem pembayaran digital seperti OVO, DANA, GoPay, ShopeePay, dan LinkAja berdampak pada pendapatan bisnis di sektor UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Bali. Penelitian ini menganalisis data menggunakan IBM *Statistics Program for Social Science* (SPSS) 25. Hasilnya, perilaku konsumen yang cenderung menggunakan sistem pembayaran digital berdampak negatif dan signifikan terhadap pendapatan usaha kecil dan menengah (UMKM) di Bali.

Arianti (2018) dengan judul “*The Influence Of Financial Literacy, Financial Behavior and Income On Investment Decision.*” Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana literasi keuangan, perilaku finansial, dan pendapatan memengaruhi keputusan investasi siswa STIE Multi Data Palembang. Penelitian ini melakukan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS 22. Perilaku keuangan dan pendapatan memengaruhi keputusan investasi, tetapi literasi keuangan tidak.

Irawan (2018) dengan judul “*Effect Of Trust, Convenience, Security And Quality Of Service On Online Purchase Decision (Consumer Case Study In Tangerang Selatan Area).*” Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kepercayaan, kenyamanan, keamanan, dan kualitas pelayanan memengaruhi keputusan pembelian online yang dibuat oleh pelanggan di wilayah Tangerang Selatan. Hasilnya menunjukkan bahwa variabel keamanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan yang dibuat oleh pelanggan di wilayah Tangerang Selatan saat melakukan pembelian online.

Aini & Susanti (2021) dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan, Kepercayaan dan Keamanan Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace.” Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan metode analisis regresi linier berganda untuk mengetahui bagaimana literasi keuangan, keamanan investasi, dan kepercayaan memengaruhi minat investasi online pada siswa tingkat satu. Dengan peningkatan keamanan pembayaran, keputusan pembelian di pasar akan meningkat juga.

Bari et al. (2022) dengan judul “Teori Herarki Kebutuhan Maslow Terhadap Keputusan Pembelian Merek *Gadget*.” Dengan menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk menentukan faktor-faktor yang paling mempengaruhi keputusan konsumen di Kota Palembang untuk membeli merek perangkat elektronik. Variabel kebutuhan disesuaikan dengan teori hirarki kebutuhan Abraham Maslow. Hasilnya menunjukkan bahwa kebutuhan sosial adalah variabel yang paling mempengaruhi dalam proses pengambilan keputusan merek *gadget* di kelompok usia 23–28 tahun. Di sisi lain, kebutuhan aktualisasi diri adalah variabel yang paling mempengaruhi di kelompok usia 29–35 tahun dan di atas 36 tahun.

Kasanah (2021) dengan judul “Pengaruh Kebutuhan Dan Gaya Hidup

Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Pusat Jims Honey Desa Pancur, Kec. Mayong, Kab. Jepara).” Penelitian ini dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan aplikasi spss. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan untuk membeli produk Jims Honey berdasarkan kebutuhan memiliki pengaruh yang signifikan, sedangkan keputusan berdasarkan gaya hidup tidak memiliki pengaruh yang signifikan.

Wiranto (2023) dengan judul “Hubungan Pembelian Compulsive Dan Literasi Keuangan Islam Dengan Kecenderungan Berhutang Shopee *Paylater* Pada Mahasiswa Univeritas Islam Sultan Agung Semarang.” Studi ini menggunakan analisis regresi berganda dan uji korelasi parsial. Hasilnya adalah bahwa literasi keuangan Islam dan kecenderungan berhutang tidak memiliki korelasi negatif. Sumbangsih efektif terhadap kecenderungan berhutang sebesar 23,9% dan 76,1% terakhir dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti materialisme dan pengendalian diri sendiri.

Thohari & Hakim (2021) dengan judul “Peran Religiusitas Sebagai Variabel *Moderating* Pembelajaran Perbankan Syariah, Literasi Keuangan Syariah, *Product Knowledge* Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah.” Studi ini bertujuan untuk mempelajari apa yang dipelajari mahasiswa perbankan syariah di Universitas Negeri Surabaya, termasuk pengetahuan mereka tentang keuangan syariah dan pengetahuan mereka tentang produk yang berkaitan dengan religiusitas sebagai faktor moderasi dalam keputusan mereka untuk menabung di perbankan syariah. Analisisnya dilakukan dengan menggunakan metode pemodelan persamaan struktural. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah memengaruhi keputusan untuk menabung di bank syariah, meskipun faktor ini kurang signifikan.

Candera et al. (2020) dengan judul “Peran Literasi Keuangan Syariah dalam memoderasi Pengaruh Demografi terhadap Minat Menabung Pada Perbankan Syariah.” Dengan menggunakan literasi keuangan syariah sebagai variabel pemoderasi, penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung. Dalam penelitian ini, analisis regresi moderasi (MRA) digunakan. Hasilnya menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah tidak mampu memoderasi minat menabung masyarakat pada

bank syariah di Kota Palembang berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pendapatan. Namun, mampu memoderasi minat menabung masyarakat berdasarkan indikator tingkat pendidikan (pada $\alpha = 0,10$). Hanya sebagai faktor independenlah literasi keuangan syariah dapat digunakan.

Yulianto (2018) dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Atau Layanan Lembaga Keuangan Syariah.” Penelitian ini menggunakan analisis regresi logistik biner menggunakan program SPSS 23. Hasilnya, keputusan menabung dan asuransi di lembaga keuangan syariah tidak dipengaruhi oleh literasi keuangan syariah. Sementara pengetahuan tentang keuangan syariah berdampak negatif pada keputusan yang dibuat mengenai pembiayaan dan investasi di lembaga keuangan syariah.

Yang membuat penelitian ini berbeda dari penelitian-penelitian sebelumnya adalah terdapat variabel moderasi yakni literasi keuangan syariah. Selain itu belum ada yang menggunakan generasi Z sebagai sampel dalam penelitian yang daerahnya di wilayah Malang Raya. Kemudian variabel independennya merupakan gabungan dari beberapa variabel penelitian yang dirasa berpengaruh terhadap variabel dependen yakni keputusan pembelian. Sehingga belum ada penelitian yang variabel independennya sebanyak penelitian ini.

Tabel 2.1
Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode & Analisis Data	Hasil Penelitian
1.	(Irsanyya et al., 2024) <i>The Effect of E-Service Quality and Perceived Risk on Purchase Decisions Using the Paylater Payment Method</i>	Variabel Independen : <i>E-Service Quality</i> <i>Perceived Risk</i> Variabel Dependen : Keputusan Pembelian	Uji Validitas dan Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, dan Uji Hipotesis semuanya	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi risiko tidak memengaruhi keputusan pembelian <i>Paylater</i> .

			dilakukan dengan menggunakan software IBM SPSS 26.	
2.	(Kumar & Nayak, 2024) <i>Understanding the intricacies of risky indebtedness, impulse buying and perceived risk in buy-now-pay-later adoption</i>	Variabel Independen : <i>Risky indebtedness</i> Variabel Dependen : <i>Buy-now-pay-later</i> Variabel Mediasi : <i>Impuls Buying</i> Variabel Moderasi : <i>Perceived Risk</i>	Model equation struktur partial least squares digunakan untuk menganalisis datanya.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi risiko meningkatkan hubungan antara sikap dan keinginan untuk <i>Buy-Now-Pay-Later</i>
3.	(Sebayang Et Al., N.D., 2023) <i>The Role Of Perceived Ease Of Use And Perceived Risk Towards E-Commerce Paylater Adoption In Indonesia</i>	Variabel Independen : <i>Perceived Ease of Use</i> <i>Perceived Risk</i> Variabel Dependen : <i>Behavioral Intention</i>	TAM (<i>Technology Acceptance Model</i>)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi risiko tidak berdampak negatif pada keinginan untuk menggunakan <i>E-Commerce Paylater</i> .

4.	(Nguyen et al., 2019) <i>The joint influence of financial risk perception and risk tolerance on individual investment decision-making</i>	Variabel Independen: <i>Risk Tolerance</i> <i>Risk Perception</i> <i>Financial Literacy</i> Variabel Dependen: <i>Asset Allocation decision</i>	Analisis EFA dan CFA menggunakan SPSS	Hasilnya menunjukkan bahwa persepsi risiko berdampak negatif pada keputusan untuk membagi aset berisiko.
5.	(Tham et al., 2019) <i>Perceived Risk Factors Affecting Consumers' Online Shopping Behaviour</i>	Variabel Independen: <i>Financial Risk</i> <i>Product Risk</i> <i>Convenience</i> <i>Risk Non-Delivery Risk</i> <i>Return Policy</i> <i>Risk</i> Variabel Dependen: <i>Online Shopping Behavior</i>	IBM SPSS AMOS versi 22.0	Variabel <i>Financial Risk</i> (FR) tidak signifikan dan Berpengaruh negatif terhadap perilaku belanja online

6.	(Syafira, 2021) Pengaruh Literasi Keuangan, Faktor Demografi, Financial Attitude, Dan Pengalaman Keuangan Terhadap Penggunaan Kartu Kredit Generasi Milenial	Variabel Independen: Faktor Demografi (Usia, Gender, Pendidikan, Pendapatan, dan Status Pernikahan) Literasi Keuangan Financial Attitude Pengalaman Keuangan Variabel Dependen: Penggunaan Kartu Kredit	Analisis yang digunakan menggunakan metode estimasi <i>Ordinary Least Square</i> (OLS)	Hasilnya menunjukkan bahwa <i>financial attitude</i> tidak berpengaruh, hanya tiga faktor yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan kartu kredit adalah usia, literasi keuangan, dan pengalaman keuangan
7.	(Tahir et al., 2021) <i>Financial literacy, attitudes, and financial satisfaction: an assessment of credit card debt-taking behavior of Australians</i>	Variabel Independen: <i>Financial literacy</i> <i>Attitudes</i> <i>Financial satisfaction</i> Variabel Dependen: <i>Online Purchase Decision</i>	Logit Biner	AME menunjukkan jika seseorang menunjukkan sikap positif satu poin terhadap keseimbangan pengeluaran dan tabungannya

8.	(Takaendengan, 2015) <i>The Influence Of Personal Financial Knowledge And Personal Financial Attitude Towards Buying Decision Using Credit Card In Manado City</i>	Variabel Independen: <i>Personal Financial Knowledge Personal Financial Attitude</i> Variabel Dependen: <i>Buying Decision using Credit</i>	Regresi Berganda	sikap keuangan memengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan kartu kredit di Manado.
9.	(Herlyna & Kusumaningsih, 2023) Hubungan Financial Behavior Dan Kontrol Diri Dengan Dissaving Behavior Pengguna Layanan <i>Shopee Paylater</i> Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang	Variabel Independen: <i>Financial Behaviour Kontrol Diri</i> Variabel Dependen: <i>Dissaving Behaviour</i>	Analisis regresi berganda dan korelasi parsial	ada hubungan negatif antara perilaku keuangan dan perilaku ketidakhematan pada mahasiswa fakultas ekonomi Unissula

10.	(Noviola, 2021) Pengaruh <i>Financial Literacy</i> , <i>Financial Attitude</i> , <i>Financial Behavior</i> Terhadap Keputusan Pembelian Secara <i>Online</i> Pada <i>Marketplace</i> <i>Shopee</i>	Variabel Independen: <i>Financial Literacy</i> <i>Financial Attitude</i> <i>Financial Behavior</i> Variabel Dependen: Keputusan Pembelian	Analisis Regresi Linear Berganda menggunakan SPSS	Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan dan perilaku keuangan memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada <i>shopee</i>
11.	(Sukayana & Sinarwati, 2019) Analisis Pengaruh <i>Financial Behaviour</i> dan <i>Actual Use Digital Payment System</i> Terhadap Pendapatan Usaha Sektor UMKM di Bali	Variabel Independen: <i>Financial Behaviour</i> <i>Actual Use Digital Payment System</i> Variabel Dependen: Pendapatan Usaha	IBM <i>Statistics Program for Social Science</i> (SPSS)	Hasilnya, perilaku konsumen yang cenderung menggunakan sistem pembayaran digital berdampak negatif dan signifikan terhadap pendapatan usaha kecil dan menengah (UMKM) di Bali

12.	(Arianti, 2018) <i>The Influence Of Financial Literacy, Financial Behavior and Income On Investment Decision</i>	Variabel Independen: <i>Financial Literacy Financial Behavior Income</i> Variabel Dependen <i>Investment Decision</i>	Analisis Regresi Linear Berganda menggunakan SPSS	Perilaku keuangan dan pendapatan memengaruhi keputusan investasi, tetapi literasi keuangan tidak.
13.	(Irawan, 2018) <i>Effect Of Trust, Convenience, Security And Quality Of Service On Online Purchase Decision (Consumer Case Study In Tangerang Selatan Area)</i>	Variabel Independen: <i>Trust Convinience Security Quality Of Service</i> Variabel Dependen: <i>Online Purchase Decision</i>	Analisis Regresi Linear Berganda menggunakan SPSS	Hasilnya menunjukkan bahwa variabel keamanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan Terhadap keputusan yang dibuat oleh pelanggan di wilayah Tangerang Selatan saat melakukan pembelian online.

14.	(Aini & Susanti, 2021) Pengaruh Literasi Keuangan, Kepercayaan dan Keamanan Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace	Variabel Independen: Literasi Keuangan Kepercayaan Keamanan Pembayaran Variabel Dependen: Keputusan Pembelian	Analisis Regresi Linear Berganda menggunakan SPSS	Dengan peningkatan keamanan pembayaran, keputusan pembelian di pasar akan meningkat juga.
15.	(Bari et al., 2022) Teori Herarki Kebutuhan Maslow Terhadap Keputusan Pembelian Merek Gadget	Variabel Independen: Teori Herarki Maslow Variabel Dependen: Keputusan Pembelian	Deskriptif kualitatif	kebutuhan sosial adalah variabel yang paling mempengaruhi dalam proses pengambilan keputusan merek gadget di kelompok usia 23–28 tahun. Di sisi lain, kebutuhan aktualisasi diri adalah variabel yang paling mempengaruhi di kelompok usia 29–35 tahun dan di atas 36 tahun.

16.	(Kasanah, 2021) Pengaruh Kebutuhan Dan Gaya Hidup Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Pusat Jims Honey Desa Pancur, Kec. Mayong, Kab. Jepara)	Variabel Independen: Kebutuhan Konsumen Gaya Hidup Variabel Dependen: Keputusan Pembelian	Analisis Regresi Linear Berganda menggunakan SPSS	Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan untuk membeli produk Jims Honey berdasarkan kebutuhan memiliki pengaruh yang signifikan, sedangkan keputusan berdasarkan gaya hidup tidak memiliki pengaruh yang signifikan.
17.	(Wiranto, 2023) Hubungan Pembelian Compulsive Dan Literasi Keuangan Islam Dengan Kecenderungan Berhutang <i>Shoper Paylater</i> Pada Mahasiswa Univeritas Islam Sultan Agung Semarang	Variabel Independen: Literasi Keuangan Islam Pembelian Complusive Variabel Dependen: Kecenderungan Berhutang	Analisis data menggunakan teknik analisis regresi berganda dan uji korelasi parsial	Hasilnya adalah bahwa literasi keuangan Islam dan Kecenderungan berhutang tidak memiliki korelasi negatif.

18.	(Thohari & Hakim, 2021) Peran Religiusitas Sebagai Variabel <i>Moderating</i> Pembelajaran Perbankan Syariah, Literasi Keuangan Syariah, Product Knowledge Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah	Variabel Independen: Pembelajaran Literasi Keuangan Syariah Product Knowledge Variabel Dependen: Keputusan Menabung Variabel Moderasi: Religiusitas	Analisis menggunakan teknik pemodelan persamaan struktural	Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah memengaruhi keputusan untuk menabung di bank syariah, meskipun faktor ini kurang signifikan.
-----	---	---	--	---

19.	(Candera et al., 2020) Peran Literasi Keuangan Syariah dalam memoderasi Pengaruh Demografi terhadap Minat Menabung Pada Perbankan Syariah	Variabel Independen: Pengaruh Demografi Variabel Dependen: Pendapatan Usaha Variabel Moderasi:	Metode analisis menggunakan <i>Moderated Regression Analysis</i> (MRA)	Hasilnya menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah tidak mampu memoderasi minat menabung masyarakat pada bank syariah di Kota Palembang berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pendapatan. Namun, mampu memoderasi minat menabung masyarakat berdasarkan indikator tingkat pendidikan (pada $\alpha = 0,10$). Hanya sebagai faktor independenlah literasi keuangan syariah dapat digunakan.
-----	---	--	--	--

20.	(Yulianto, 2018) Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Atau Layanan Lembaga Keuangan Syariah	Variabel Independen: Literasi Keuangan Syariah Faktor Terpresepsi Variabel Dependen: Keputusan Penggunaan Variabel Moderasi: Religiusitas Variabel Kontrol: Aspek Demografi	Analisis regresi logistik biner dengan program SPSS 23	Hasilnya keputusan menabung dan asuransi di lembaga keuangan syariah tidak dipengaruhi oleh literasi keuangan syariah. Sementara Pengetahuan tentang keuangan syariah berdampak negatif pada keputusan yang dibuat mengenai pembiayaan dan investasi di lembaga keuangan syariah.
-----	--	---	---	--

Sumber: Diolah Peneliti, 2024

2.2 Kajian Teori

2.2.1 *Theory of Planned Behaviour*

Theory of Planned Behavior (TPB) adalah teori yang diperkenalkan oleh Ajzen pada tahun 1991. Teori ini merupakan pengembangan dari Theory of Reasoned Action (TRA), yang pertama kali dikemukakan oleh Ajzen pada tahun 1980. Dalam Theory of Reasoned Action, dijelaskan bahwa niat untuk melakukan suatu tindakan dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu norma subjektif dan sikap terhadap perilaku (Fishbein dan Ajzen, 1975). Kemudian, pada tahun 1988, Ajzen menambahkan faktor baru berupa persepsi kontrol perilaku (perceived behavioral control), yang mengubah Theory of Reasoned Action menjadi Theory of Planned

Behavior. Seiring waktu, teori ini terus diperbarui dan dikembangkan oleh Icek Ajzen bersama Martin Fishbein.

Theory of Planned Behavior (TPB) mencakup tiga variabel independen. Pertama, sikap terhadap perilaku, yaitu penilaian individu terhadap manfaat dan kerugian suatu tindakan. Kedua, norma subjektif yang mengacu pada pengaruh sosial atau tekanan yang dirasakan seseorang. Ketiga, kontrol perilaku yang menggambarkan persepsi seseorang mengenai tingkat kemudahan atau kesulitan dalam melakukan suatu tindakan, berdasarkan keyakinan mereka terhadap kemampuan untuk melakukannya (Ajzen, 1991).

Menurut Fishbein dalam Sartika (2020), berikut adalah komponen yang memengaruhi perilaku seseorang:

1. Faktor Individu

Faktor individu ini berasal dari dalam diri seseorang dan berfungsi untuk mempengaruhi perilakunya. Ini termasuk perilaku, perasaan, kecerdasan, kepribadian, dan nilai-nilai kehidupan.

2. Faktor Informasi

Faktor informasi adalah informasi yang berasal dari kemampuan internal yang mempengaruhi perilaku, seperti pengetahuan, pengalaman, dan berita dari lingkungan atau media.

3. Faktor Sosial

Seperti jenis kelamin, umur, suku, agama, dan pendapatan, faktor sosial adalah faktor lingkungan yang secara umum mempengaruhi perilaku orang.

2.2.2 Paylater

2.2.2.1 Pengertian Paylater

Paylater, juga dikenal sebagai beli sekarang bayar nanti. Merupakan jenis fasilitas jual beli yang memungkinkan metode pembayaran dengan cicilan tanpa memerlukan kartu kredit. Ada beberapa platform keuangan yang menyediakan jenis kredit kekinian ini. Selain itu, banyak orang yang menggunakan fitur ini dengan tujuan yang beragam mulai dari untuk membeli tiket pesawat, menyewa hotel, hingga berbelanja yang semuanya dilakukan secara online dan kredit (I. E. Prastiwi & Fitria, 2021).

2.2.2.2 Kelebihan dan Kekurangan Paylater

Setiap layanan teknologi finansial atau *fintech* pasti mempunyai kelebihan dan kekurangan. Sama halnya dengan *Paylater*, ada kelebihan dan kekurangannya. Menurut Aristanti (2020) ada beberapa kelebihan untuk layanan *Paylater* antara lain:

a. Prosesnya Cepat dan Lebih Mudah

Paylater adalah metode pembayaran yang sangat praktis, terutama ketika berada pada keadaan dimana terdapat kebutuhan yang mendesak. Seperti ketika kebutuhan lain yang muncul bersamaan namun belum terpenuhi. Selain itu, fitur ini juga dapat digunakan sebagai alternatif transaksi untuk mendapatkan uang lebih cepat ketika Anda membutuhkan uang untuk liburan.

b. Tenor Bervariasi (Ada yang Hingga 1 Tahun)

Anda dapat menyesuaikan pilihan tenor atau jangka waktu cicilan, sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan Anda. Ada beberapa opsi bayar nanti yang tersedia di berbagai platform *e-commerce* dan dompet elektronik, mulai dari satu bulan hingga dua belas bulan. Semakin rendah angka yang Anda pilih, semakin kecil bunganya. Mungkin untuk beberapa situs *e-commerce*, bunganya hanya 1% untuk pengguna yang memiliki pengalaman memilih pembayaran minimal satu bulan.

c. Banyak Penawaran Menarik

Seiring fitur Bayar Nanti atau *Paylater* menjadi lebih populer, semakin banyak bisnis yang menawarkan penawaran menarik untuk pelanggan yang menggunakan fitur tersebut saat berbelanja. Promosi yang sukses adalah salah satu alasan utama mengapa banyak orang menggunakan metode pembayaran ini.

Sedangkan menurut Rahmadhani (2020) kekurangan dari layanan *Paylater* adalah:

a. Ada Biaya Tambahan dan Bunga

Paylater tidak hanya membantu Anda membeli barang, tetapi juga meminta Anda untuk membayar bunga dan biaya tambahan setelah membeli barang tersebut.

b. Jiwa Konsumtif Semakin Meningkat

Jiwa konsumtif akan semakin naik ketika berhasil menggunakan *Paylater*. Dengan fitur *Paylater* ini seseorang bisa membeli apa saja dari kebutuhan sampai keinginan. Ketika penggunaan *Paylater* dilakukan berkali-kali maka besar limit akan bertambah. Dari kenaikan jumlah limit ini menyebabkan seseorang akan lebih konsumtif dalam berbelanja sehingga akan menimbulkan kebiasaan untuk membeli

sesuatu tanpa bisa ditunda.

c. Membebani Keuangan Bulanan

Paylater akan menjadi beban ketika pengeluaran lebih banyak daripada pemasukan. Cicilan *Paylater* akan menjadi masalah dalam keuangan karena *Paylater* memabankan bunga dan biaya lainnya.

d. Menggunakan Lebih dari Satu *Paylater*

Seseorang akan mencari kesempatan untuk mendapatkan kemudahan lain. Dimana mereka akan tergoda untuk menggunakan *Paylater* dengan akun lain. Apalagi ketika batas satu *platform* sudah habis. Tentu saja, membeli sesuatu memerlukan sesuatu yang lain. Jika ada banyak akun *Paylater* yang membeli sesuatu, maka jumlah *invoice* setiap bulannya akan banyak. Hal tersebut tidak akan menjadi masalah ketika mampu untuk membayarnya. Sebaliknya jika tidak mampu akan terjadi keterlambatan pembayaran sehingga pasti akan merepotkan.

e. Telat Bayar dan Denda

Beberapa orang menagnggap bahwa dengan menggunakan *Paylater* tidak akan terlalu merasa terbebani. Apalagi ketika cicilan tersebut ringan. Namun ketika telat membayar *Paylater* tersebut maka akan dikenakan denda sehingga pada akhirnya akan mengeluarkan uang untuk membayar denda tersebut. Oleh karena itu pembayaran *Paylater* harus dipastikan tidak telat agar tidak terkena denda. *Paylater* dapat menjerumuskan seseorang kedalam hal yang dapat membebani keuangan yang akhirnya membuat keuangan menjadi berantakan. Karena itu, menabung adalah solusi untuk masalah ini karena kita dapat terhindar dari hutang dan membeli apa yang kita inginkan dengan uang tunai tanpa bunga.

2.2.2.3 Pandangan Islam terhadap *Paylater*

Menurut hukum Islam, menggunakan layanan *Paylater* termasuk kedalam hukum utang. Hukum yang diterapkan dikenal dengan nama akad *al Qhard*. Jika memenuhi syarat yang ditetapkan, akad ini akan dianggap sah. Menurut Hasan (2002), *aqid*, obyek utang, dan shigat merupakan tiga prinsip utama *Qardh*. *Paylater* masuk berdasarkan prinsip dan prosedur berikut:

1. *Aqid* (orang yang melakukan hutang dan piutang).

Debitur dapat mengadakan perjanjian utang berdasarkan akad *Qardh* tanpa adanya tekanan. Saat menyetujui pinjaman *Paylater*, kedua belah pihak memiliki kesempatan untuk memilih produk yang mereka sukai dan menyepakati jadwal

pembayaran. Hubungan antar pihak merupakan hal yang paling krusial, pinjaman yang dilakukan antara pembeli dan pemberi pinjaman tanpa bertemu langsung dengan kedua belah pihak diperbolehkan dalam Islam asalkan ada kesepakatan diantara keduanya.

2. Obyek Utang.

Menurut akad *Qardhi*, obyek piutang harus memenuhi syarat-syarat dapat dimiliki, dihibahkan kepada debitur, dan bersifat akad jangka waktu tetap. Penjual harus memperlihatkan berbagai barangnya dalam bentuk foto yang menunjukkan bahwa barang yang ditawarkan adalah barang asli. Produk yang dijual telah berpindah hak kepemilikan kepada pelanggan dalam tahap perjanjian, jika ada kesepakatan antara kedua belah pihak. Pada tahap ini, pembeli memilih pembayaran yang panjang dan direkomendasikan serta mengonfirmasi pembelian. Beberapa klausul ini konsisten dengan target utang kontraktual *Qardh*.

3. *Shigat* (Ijab dan Qabul).

Barang yang digunakan untuk diperdagangkan harus jelas, halal dan wajar sesuai akad *Qardhi*. Dalam hal ini pelanggan dapat melakukan pembelian barang menggunakan aplikasi. Pelanggan telah memastikan bahwa pembelian barang melalui program termasuk dalam ijab qabul karena keduanya menyetujuinya. Program ini menjual barang sebenarnya dalam gambar dan tidak dilarang.

2.2.3 Theory of Reasoned Action

Icek Ajzen dan Martin Fishben mengembangkan teori tindakan beralasan atau disingkat TRA dalam buku Behavioral Information Systems (Jogiyanto H.M, 2007). Teori ini berasal dari penelitian sebelumnya yang menguji teori sikap, atau hubungan antara sikap dan perilaku. Penelitian yang menguji teori ini gagal menghasilkan *Theory of Reasoned Action* (TRA) karya Ajzen dan Fishbein. Misalnya saja sikap terhadap pembelajaran pada suatu sistem yang baru, beserta norma-norma subjektif, seperti keyakinan orang lain tentang pembelajaran, mempengaruhi minat untuk belajar dan pada akhirnya menentukan perlu atau tidaknya belajar (*behavior*).

Menurut Jogiyanto (2007), teori tindakan beralasan menjelaskan tahapan perilaku manusia. Pada tahap awal, perilaku diasumsikan dengan ditentukan berdasarkan minat. Pada tahap selanjutnya, minat dapat dijelaskan sebagai sikap atau perilaku dan norma subjektif berupa keyakinan yang berkaitan dengan akibat

perilaku dan harapan normatif para referensi terkait seperti keluarga, teman dan motivasi untuk mencapai keinginan. Secara umum, perilaku seseorang dapat dijelaskan dengan mempertimbangkan keyakinannya. Karena keyakinan seseorang mewakili informasi yang diterimanya dari dirinya sendiri dan dari dunia sekitarnya. Maka pengetahuan itulah yang terutama menentukan perilaku. Keyakinan tersebut membentuk kewajiban moral yang dimiliki seseorang untuk melakukan sesuatu.

2.2.4 Presepsi Risiko

Persepsi risiko adalah cara konsumen melihat risiko sebagai konsekuensi negatif dari ketidakpastian keputusan (Bimantara, 2020). Presepsi risiko adalah keadaan ketidakpastian yang muncul sebagai akibat dari suatu tindakan, yang mendorong orang untuk mempertimbangkan hal-hal sebelum melakukan sesuatu (Iswah & Soenhadji, 2020). Risiko didefinisikan sebagai keyakinan subjektif seseorang ketika mereka mengalami kerugian sebagai akibat dari tindakan tertentu (Susanti, 2018). Ada dua efek risiko yang terdiri dari efek positif atau peluang dan efek negatif atau ancaman (S. Y. Putri & Ompusunggu, 2023). Namun, sebagian besar orang menganggap risiko hanya sebagai efek atau ancaman negatif, seperti kerugian. Ancaman seharusnya merupakan ketidakpastian yang tidak dapat terjadi. Meskipun demikian, ancaman dapat diantisipasi dan dipahami sehingga dapat dikelola sebagai cara untuk menghindari bahaya, yang menjanjikan keberhasilan.

Menurut Ong dan Nuryasman (2022), ada dua indikator untuk mengidentifikasi risiko, yaitu keamanan dan kemudahan. Sedangkan menurut Pavlou (2003) terdapat tiga indikator:

1. Ada risiko tertentu
2. Mengalami kerugian
3. Pemikiran bahwa berisiko

2.2.5 Financial Attitude

Sikap keuangan atau *financial attitude* adalah sesuatu hal yang berkaitan dengan keuangan dengan mengaitkan sikap individu, yang dapat berupa opini atau jawaban (Ananda Rustam, 2022). Sikap keuangan juga diartikan sebagai nilai dan keyakinan terkait konsep keuangan pribadi, khususnya mengenai pentingnya menabung uang (Herdjiono & Damanik, 2016). Sikap keuangan mencakup minat terhadap masalah keuangan dan kebutuhan untuk menabung dan mengelola uang

(Fünfgeld & Wang, 2009). Sikap keuangan mencerminkan keyakinan, nilai dan perasaan tentang uang, pengelolaan keuangan, dan tujuan keuangan individu. Sikap positif terhadap keuangan, seperti menyadari pentingnya menabung dan berinvestasi serta berusaha menghindari hutang yang berlebihan, umumnya mendorong sikap keuangan yang baik.

Terdapat beberapa indikator dalam Sikap keuangan. Menurut Novianti dan Salam (2021) terdapat 3 aspek sikap keuangan (R. Putri & Siregar, n.d.):

1. Orientasi terhadap keuangan pribadi.

Sikap keuangan yang dapat dilihat dari indikator ini yaitu cara individu dalam mengelola anggaran, membuat rencana keuangan, dan mengatur keuangan dengan mencatatnya.

2. Keamanan dana atau uang.

Indikator ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana keyakinan seseorang terhadap keadaan keuangannya di masa depan.

3. Menilai keuangan pribadi.

Indikator ini bertujuan untuk mengukur pemahaman individu terhadap hubungan antara pengeluaran pribadi dan informasi keuangan.

2.2.6 *Financial Behaviour*

Financial behavior adalah suatu kemampuan seseorang yang dimilikinya dalam mengatur perencanaan keuangan, pengelolaan keuangan, pengendalian keuangan, pemeriksaan keuangan, pengendalian keuangan, dan bagaimana penyimpanan keuangan dalam dana sehari – hari (Dwiastanti, 2015). Perilaku pengelolaan keuangan seseorang dapat dilihat dari empat hal, menurut (Pusparani & Krisnawati, 2019):

1. *Organizing Behavior*

Organizing behavior bertujuan untuk mengukur seberapa baik seseorang dapat mengelola anggaran keuangannya.

2. *Spending Behavior*

Spending behavior bertujuan mengukur sejauh mana seseorang dapat mengendalikan pengeluarannya, dapat dilihat dari pembayaran tagihan secara tepat atau tidak sampai pertimbangan yang dilakukan saat membeli suatu barang.

3. *Saving Behavior*

Saving behavior yaitu perilaku menabung mengukur seberapa banyak uang yang

dapat ditabung seseorang.

4. Squandering Behavior

Squandering behavior bertujuan untuk mengukur sejauh mana seseorang membelanjakan uangnya, seperti membayar tagihan kartu kreditnya setiap bulan.

2.2.7 Financial Security System

Dalam hal ini, *financial security system* mengacu pada keamanan dalam penggunaan layanan pembayaran *Paylater*. Dalam layanan *e-commerce Paylater*, sistem keamanan finansial *Paylater* mengacu pada sejumlah mekanisme dan protokol keamanan yang dirancang untuk melindungi informasi keuangan pengguna, transaksi, dan informasi pribadi saat menggunakan fitur *Paylater* di platform *e-commerce*. Sistem keamanan finansial ini dirancang untuk mencegah penipuan, pencurian identitas, dan akses tidak sah terhadap informasi sensitif pengguna. Hal ini mencakup enkripsi data, autentikasi dua faktor, pemantauan transaksi mencurigakan, dan kepatuhan terhadap standar keamanan industri yang berlaku (Nuccio & Guerzoni, 2019).

Security system adalah prosedur berbasis teknologi yang menjaga dan melindungi perangkat dari ancaman internal dan eksternal. Sistem seperti ini banyak digunakan di komputer dan properti seperti kantor, pusat perbelanjaan, dan rumah. Tujuan dari sistem keamanan adalah untuk memantau dan mengendalikan apakah ada akses ilegal. Kemudian melindungi dari pencurian data, perusakan, atau pengumpulan data ilegal. Beberapa contoh sistem keamanan adalah pengenalan wajah, kartu gesek, sensor gerak, kata sandi atau sidik jari. Semua perangkat yang terhubung ke contoh ini dijamin aman (onassis, 2023).

Menurut Andjarwati (2021) terdapat empat indikator dari *Financial Security System* diantaranya:

1. Memastikan keamanan informasi penggunanya.
2. Memastikan keamanan transaksi apapun.
3. Melindungi informasi setiap penggunanya.
4. Tidak menggunakan informasi pelanggan secara ilegal.

Sedangkan menurut Roman (2014) indikator dibagi menjadi empat aspek yaitu:

1. Kerahasiaan data
2. Jaminan keamanan

3. Metode pembayaran yang aman
4. Syarat dan ketentuan yang mudah dipahami

2.2.8 Tingkat Kebutuhan

Abraham Maslow menciptakan teori kebutuhan yang dikenal sebagai teori Maslow atau Hierarki Kebutuhan Manusia. Teori ini membagi lima kebutuhan manusia berdasarkan seberapa penting mereka. Orang berusaha memenuhi kebutuhan mereka pada tingkat paling bawah, yaitu kebutuhan fisiologis, kemudian naik ke tingkat berikutnya setelah memenuhi kebutuhan tersebut, dan seterusnya sampai mereka mencapai kebutuhan tertinggi, yaitu aktualisasi diri (Bari et al., 2022)

Kebutuhan berarti kekurangan yang dialami seseorang pada saat tertentu. Kekurangan tersebut bisa bersifat fisiologis (misalnya kebutuhan makan, minum, dan lain-lain) atau sosiologis (misalnya kebutuhan interaksi sosial) dan kebutuhan lainnya (Yanti, 2021). Ada beberapa indikator tingkat kebutuhan. Menurut Yanti (2021) tingkat kebutuhan memiliki tiga indikator yaitu:

1. Kesesuaian produk dengan kebutuhan
2. Kebutuhan produk yang tidak bertentangan dengan syariat Islam
3. Kebutuhan produk yang memberikan jaminan keamanan saat bertransaksi.

Menurut Khasanah (2021), terdapat enam indikator tingkat kebutuhan yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu:

1. Harganya sesuai dengan kualitasnya
2. Peran Keluarga mengkonsumsi
3. Memudahkan kehidupan sosial konsumen
4. Menghilangkan kesulitan karena lebih merasa percaya diri
5. Merasa senang dan puas dengan produk
6. Merasa status sosialnya meningkat setelah mengonsumsi Jims Honey.

2.2.9 Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah proses adaptif yang memungkinkan untuk bekerja sama dan memikirkan dua atau lebih opsi sebelum memilih salah satunya (Peter & Olson, 2014). Konsumen mempertimbangkan beberapa hal sebelum membuat keputusan pembelian di *platform online*, seperti kemudahan penggunaan, keuntungan yang ditawarkan oleh informasi yang diberikan, dan potensi ancaman

keamanan. Pelanggan cenderung melakukan transaksi ketika syarat-syarat tersebut terpenuhi (Suharman, 2019).

Menurut Mahanani (2017), terdapat tiga indikator keputusan pembelian yaitu:

1. Berniat terus menggunakan *Paylater*
2. Menggunakan *Paylater* untuk transaksi pembayaran
3. Menyarankan kepada orang lain untuk menggunakan *Paylater*.

Menurut Yurindera (2020), indikator keputusan pembelian antara lain:

1. Kemantapan atas keputusan membeli
2. Cepat dalam memutuskan
3. Yakin keputusan yang tepat.

2.2.10 Literasi Keuangan Syariah

Menurut Hafizah et al. (2016), literasi keuangan syariah mengacu pada kemampuan seseorang untuk menerapkan pengetahuan, keterampilan, dan perspektif keuangan mereka untuk mengelola sumber daya keuangan dengan cara yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Literasi keuangan syariah mencakup pengetahuan dan penerapan keuangan Islam yang mencakup istilah-istilah seperti gharar, riba, maysir, pendapatan, pinjaman, investasi, metode pembayaran, ide teknologi keuangan, dan asuransi, dan digunakan untuk membuat pilihan keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam (R. Sari, 2021b).

Menurut Addury et al. (2020), literasi keuangan syariah adalah pengetahuan tentang riba, produk lembaga keuangan syariah, investasi syariah, zakat, wakaf, dan bidang ekonomi lainnya yang digunakan dengan produk tersebut. Menurut Antara et al. (2016), pengetahuan tentang keuangan syariah memengaruhi sikap seseorang terhadap tindakan keuangan. Tujuannya adalah untuk membedakan antara keuangan syariah dan konvensional. Islam menjelaskan masalah masalah keuangan dengan sangat komprehensif. Sangat penting bagi umat Islam untuk memahami konsep literasi keuangan syariah agar mereka dapat mengikuti hukum agama. Setiap transaksi perolehan dan penggunaan uang adalah dasar keuangan syariah. Seperti yang diketahui, syariat Islam telah menegaskan kepada umatnya terkait larangan transaksi jual beli dan utang piutang yang didalamnya mengandung riba. Larangan ini salah satunya termaktub dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 275, Allah SWT berfirman:

أَلَمْ يَنْزِلْ عَلَى الْبَنِي إِسْرَائِيلَ بِرَبِّهِمْ أَنْ لَا يَأْكُلُوا رِبَاً ۚ أَيُّكُمْ أَقْبَلُ بِمُنْجَرٍ عَنِ الرِّبَا ۚ وَإِنِ اتَّخَذَ الْبَنِي إِسْرَائِيلَ الْيَوْمَ عِدَّةً لَكُمْ يَوْمَ تَأْتِي سُورَةُ الْبَقَرَةِ فَلَا فِئْتَنًا وَلَا يَكُفُّوا عَنْهَا حَتَّى يُؤَدُّوا لَهَا أَجْرَ بِلْيَةٍ أَوْ نَسِيئَةٍ أَوْ مَعْرُوفَةٍ ۚ وَزَكَاةً بِهَا تُحْيَوْنَ ۚ وَمَتَاعًا لِلْأُولَادِ ۚ أَذَلَّ لَكُمْ مَا أَكْرَمْتُمْ ۚ لَا تَقْرَأُونَ ۚ أَلَمْ تَكُنْ أَتَى عَلَى الْبَنِي إِسْرَائِيلَ نَذِيرٌ ۚ فَاتَّخَذُوا عِدَّةً لَكُمْ يَوْمَ تَأْتِي سُورَةُ الْبَقَرَةِ فَلَا فِئْتَنًا وَلَا يَكُفُّوا عَنْهَا حَتَّى يُؤَدُّوا لَهَا أَجْرَ بِلْيَةٍ أَوْ نَسِيئَةٍ أَوْ مَعْرُوفَةٍ ۚ وَزَكَاةً بِهَا تُحْيَوْنَ ۚ وَمَتَاعًا لِلْأُولَادِ ۚ أَذَلَّ لَكُمْ مَا أَكْرَمْتُمْ ۚ لَا تَقْرَأُونَ ۚ أَلَمْ تَكُنْ أَتَى عَلَى الْبَنِي إِسْرَائِيلَ نَذِيرٌ

Artinya: "Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya." (QS Al-Baqarah: 275).

Singkatnya, riba adalah biaya tambahan yang disyaratkan dan diterima oleh pemberi pinjaman sebagai imbalan dari peminjam utang. Pembayaran melalui sistem *Paylater* bisa mengandung perbuatan riba ketika terdapat unsur ziyadah (tambahan) yang disyaratkan oleh penyedia layanan pinjaman kepada konsumennya. Oleh sebab itu, umat Islam sangat disarankan agar dapat memilih jasa layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah sebelum melakukan transaksi pinjam meminjam supaya tidak terjerat layanan yang merugikan. Hasil penelitian dapat membawa kebaikan dalam penerapan ilmu. Hal ini ditunjukkan dengan fakta bahwa segala sesuatu yang dilakukan oleh orang Islam harus sesuai dengan hukum Islam, yaitu Al-Qur'an dan Al-Hadist. Apabila terdapat sumber pembiayaan yang dilarang membuat akad transaksi tersebut batal (Albaity & Rahman, 2019).

Indikator literasi keuangan syariah menurut Alfarizi (2022) diantaranya:

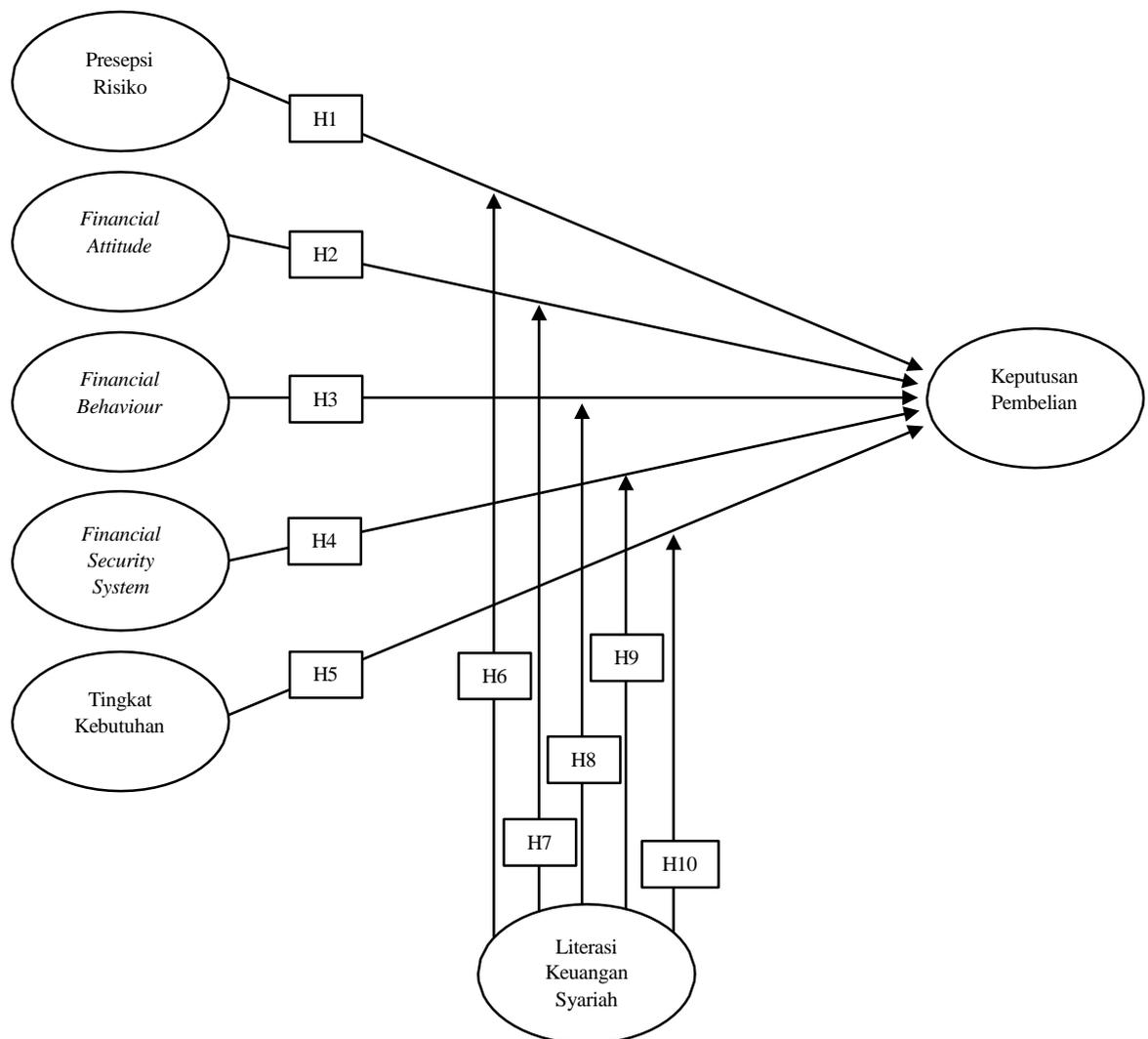
1. Mengetahui terkait keuangan syariah
2. Mengetahui produk/jasa pada Lembaga keuangan syariah
3. Memahami biaya dan manfaat keuangan syariah
4. Percaya terhadap keuangan syariah.

Menurut Oseifuah (2010), indikator literasi keuangan syariah ada tiga yaitu:

1. Pengetahuan keuangan syariah
2. Perilaku keuangan syariah
3. Sikap keuangan syariah.

2.3 Kerangka Konseptual

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



Sumber : Diolah Peneliti, 2024

Hipotesis Penelitian :

H1 : Presepsi risiko berpengaruh pada keputusan pembelian

- H2 : *Financial attitude* berpengaruh pada keputusan pembelian
- H3 : *Financial behaviour* berpengaruh pada keputusan pembelian
- H4 : *Financial security system* berpengaruh pada keputusan pembelian
- H5 : Tingkat kebutuhan berpengaruh pada keputusan pembelian
- H6 : Literasi keuangan syariah dapat memperkuat persepsi risiko terhadap keputusan pembelian
- H7 : Literasi keuangan syariah dapat memperkuat *financial attitude* terhadap keputusan pembelian
- H8 : Literasi keuangan syariah dapat memperkuat *financial behaviour* terhadap keputusan pembelian
- H9 : Literasi keuangan syariah dapat memperkuat *financial security system* terhadap keputusan pembelian
- H10: literasi keuangan syariah dapat memperkuat tingkat kebutuhan terhadap keputusan pembelian

2.4 Hipotesis Penelitian

2.4.1 Hubungan Persepsi Risiko dan Keputusan Pembelian

Persepsi risiko, yang mencakup potensi kerugian atau ketidakpastian dalam pembelian, memengaruhi sikap individu terhadap perilaku tersebut. Jika risiko yang dirasakan tinggi, sikap terhadap pembelian cenderung negatif, yang dapat mengurangi niat untuk membeli. Selain itu, persepsi risiko dapat memengaruhi kontrol perilaku yang dirasakan, yaitu sejauh mana individu merasa mampu mengelola risiko tersebut, yang pada akhirnya memengaruhi keputusan pembelian (Nguyen et al., 2019).

Penelitian (Kumar & Nayak, 2024) menemukan bahwa persepsi risiko memperkuat hubungan antara sikap dan keinginan untuk *Buy-Now-Pay-Later*. Namun, penelitian (Irsanyya et al., 2024) menemukan bahwa persepsi risiko tidak berdampak positif atau signifikan pada keputusan untuk menggunakan metode pembayaran *Paylater*. Penelitian tambahan yang dilakukan oleh (Sebayang et al., 2023) menemukan bahwa persepsi risiko tidak berdampak negatif pada niat untuk

menggunakan *E- Commerce Paylater*.

H1: Presepsi risiko berpengaruh pada keputusan pembelian

2.4.2 Hubungan *Financial Attitude* dan Keputusan Pembelian

Financial attitude, yang mencakup keyakinan dan nilai individu terhadap pengelolaan keuangan, berkontribusi pada pembentukan sikap terhadap perilaku pembelian. Sikap positif terhadap pengelolaan keuangan, seperti kecenderungan untuk merencanakan pengeluaran dan menghindari pemborosan, dapat meningkatkan niat untuk melakukan pembelian yang bijaksana dan sesuai kebutuhan. Selain itu, norma subjektif, seperti pengaruh sosial atau tekanan dari lingkungan tentang gaya hidup dan konsumsi, juga dapat memengaruhi financial attitude dan keputusan pembelian.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Syafira, 2021), sikap keuangan tidak memengaruhi penggunaan kartu kredit, namun penelitian yang dilakukan oleh (Tahir et al., 2021) menemukan bahwa sikap keuangan berdampak positif pada keseimbangan pengeluaran dan tabungannya dalam satu poin. Temuan lain (Takaendengan, 2015) mendukung hasil ini, menunjukkan bahwa sikap keuangan memengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan kartu kredit di Manado. Berdasarkan temuan-temuan diatas, penulis memutuskan untuk mengembangkan hipotesis berikut:

H2: *Financial Attitude* berpengaruh terhadap keputusan pembelian

2.4.3 Hubungan *Financial Behaviour* dan Keputusan Pembelian

Dalam konteks Theory of Planned Behavior (TPB), financial behaviour berkaitan dengan kontrol perilaku yang dirasakan, yaitu sejauh mana individu merasa mampu mengatur keuangan mereka dalam pengambilan keputusan pembelian. Sikap terhadap perilaku keuangan, seperti pandangan positif terhadap penganggaran atau menabung, memengaruhi niat untuk melakukan pembelian yang bijak. Selain itu, norma subjektif, seperti tekanan sosial untuk mengikuti gaya hidup tertentu, juga dapat memengaruhi financial behaviour, yang pada akhirnya berdampak pada keputusan pembelian. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Herlyna & Kusumaningsih, 2023), ternyata ada hubungan negatif antara *financial behaviour* atau perilaku keuangan pengguna layanan shopee *Paylater* di Fakultas

Ekonomi Unissula. Hasil ini didukung oleh penelitian lain yang dilakukan oleh (Sukayana & Sinarwati, 2019), yang menemukan bahwa perilaku keuangan atau *financial behaviour* yang sering menggunakan sistem pembayaran digital berdampak negatif dan signifikan terhadap pendapatan.

Menurut penelitian tambahan dari (Noviola, 2021), pengetahuan keuangan dan perilaku keuangan memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi shopee. Penemuan ini didukung oleh penelitian lain (Arianti, 2018), yang hasilnya menunjukkan bahwa perilaku keuangan memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan investasi. Berdasarkan temuan-temuan diatas, penulis memutuskan untuk mengembangkan hipotesis berikut:

H3: *Financial Behaviour* berpengaruh terhadap keputusan pembelian

2.4.4 Hubungan *Financial Security System* dan Keputusan Pembelian

Dalam Theory of Planned Behavior (TPB), financial security system memengaruhi kontrol perilaku yang dirasakan, yaitu sejauh mana individu merasa memiliki kendali atas situasi keuangan mereka dalam pengambilan keputusan pembelian. Sistem keuangan yang kuat memberi individu rasa percaya diri dalam menghadapi ketidakpastian finansial, sehingga mereka lebih mungkin untuk berbelanja tanpa rasa khawatir. Hasil penelitian (Aini & Susanti, 2021) menunjukkan bahwa Dengan peningkatan keamanan pembayaran, keputusan pembelian di pasar akan meningkat juga. Ada temuan menarik dimana hasil berbeda yang ditemukan oleh (Irawan, 2018), menunjukkan bahwa faktor keamanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pelanggan untuk melakukan pembelian online di wilayah tangerang selatan. Berdasarkan temuan-temuan diatas, penulis memutuskan untuk mengembangkan hipotesis berikut:

H4: *Financial Security System* berpengaruh terhadap keputusan pembelian

2.4.5 Hubungan Tingkat Kebutuhan dan Keputusan Pembelian

Dalam Theory of Planned Behavior ketika kebutuhan dianggap mendesak, individu cenderung memiliki sikap yang lebih positif terhadap pembelian produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan tersebut. Selain itu, tingkat kebutuhan yang tinggi dapat meningkatkan kontrol perilaku yang dirasakan, karena

individu merasa lebih mampu untuk mengambil tindakan yang memenuhi kebutuhan mereka. Norma subjektif, yaitu pengaruh sosial atau tekanan dari lingkungan sekitar, juga dapat memperkuat keputusan pembelian jika kebutuhan tersebut dianggap penting dalam konteks sosial atau budaya tertentu. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Bari et al., 2022), variabel yang paling mempengaruhi proses pengambilan keputusan merek gadget adalah kebutuhan sosial pada kelompok umur 23-28 tahun. Sebaliknya, variabel yang paling mempengaruhi dalam kelompok umur 29-35 tahun adalah aktualisasi diri.

Sebagaimana ditunjukkan oleh hasil penelitian (Kasanah, 2021), keputusan untuk membeli produk Jim's Honey memiliki efek positif yang signifikan. Berdasarkan temuan-temuan diatas, penulis memutuskan untuk mengembangkan hipotesis berikut:

H5: Tingkat kebutuhan berpengaruh terhadap keputusan pembelian

2.4.6 Literasi Keuangan Syariah sebagai Moderasi

Individu dengan literasi keuangan syariah yang tinggi cenderung memiliki sikap yang lebih positif terhadap produk atau layanan yang sesuai dengan prinsip syariah, serta lebih percaya diri dalam mengelola keuangan mereka sesuai dengan ketentuan syariah. Norma subjektif dalam lingkungan mereka, seperti pengaruh sosial yang mendorong konsumerisme syariah, dapat diperkuat oleh tingkat literasi keuangan syariah yang tinggi. Selain itu, kontrol perilaku yang dirasakan juga dapat diperkuat, karena individu merasa lebih mampu membuat keputusan pembelian yang sesuai dengan prinsip syariah, mengurangi risiko keputusan yang melanggar aturan tersebut. Penelitian dari (Wiranto, 2023) menemukan bahwa tidak ada korelasi negatif antara pengetahuan keuangan Islam dan kecenderungan untuk berhutang. Penelitian lain dari (Thohari & Hakim, 2021) menemukan bahwa pengetahuan keuangan syariah dapat memengaruhi keputusan untuk menabung di bank syariah. Namun, pengaruhnya kurang signifikan terhadap variabel yang memengaruhi keputusan menabung di bank syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh (Candera et al., 2020) menemukan bahwa literasi keuangan syariah tidak dapat mempengaruhi minat menabung masyarakat pada bank syariah di Kota Palembang berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pendapatan. Namun, literasi keuangan syariah dapat mempengaruhi minat

menabung masyarakat berdasarkan tingkat pendidikan (pada $\alpha = 0,10$). Literasi keuangan syariah tidak mampu menjadi variable moderasi dan hanya bisa menjadi variabel independen. Sebuah penelitian tambahan yang dilakukan oleh (Yulianto, 2018) menemukan bahwa pengetahuan tentang keuangan syariah tidak memengaruhi keputusan seseorang untuk menabung atau asuransi di lembaga keuangan syariah; sebaliknya, pengetahuan tentang keuangan syariah memengaruhi keputusan seseorang untuk pembiayaan dan investasi di lembaga keuangan syariah. Berdasarkan temuan-temuan diatas, penulis memutuskan untuk mengembangkan hipotesis berikut:

H6: Literasi keuangan syariah dapat memperkuat persepsi risiko terhadap keputusan pembelian

H7: Literasi keuangan syariah dapat memperkuat *financial attitude* terhadap keputusan pembelian

H8: Literasi keuangan syariah dapat memperkuat *financial behaviour* terhadap keputusan pembelian

H9: Literasi keuangan syariah dapat memperkuat *financial security system* terhadap keputusan pembelian

H10: literasi keuangan syariah dapat memperkuat tingkat kebutuhan terhadap keputusan pembelian

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Pada dasarnya, metode penelitian adalah metode ilmiah untuk mendapatkan data untuk tujuan tertentu (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013), pendekatan kuantitatif dapat didefinisikan sebagai pendekatan penelitian yang berbasis pada filsafat *positivisme* dan digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu. Instrumen penelitian digunakan untuk mengumpulkan data dan kemudian menganalisis data secara kuantitatif atau statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Menurut Sahir (2021), tujuan penelitian kuantitatif adalah untuk menemukan bagaimana variabel-variabel tertentu berhubungan satu sama lain dan menentukan bagaimana hipotesis awal dirumuskan. Penelitian kuantitatif menekankan pada hasil yang objektif dan mengolah data dengan statistik, sehingga data dan hasilnya berupa angka. Ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara objektif dan menguji hasilnya dengan proses *validitas* dan *reliabilitas* dengan menggunakan metode deskriptif. Penelitian ini memberikan penjelasan rinci tentang interpretasi fenomena yang terjadi (Kusumastuti et al., 2020). Tujuh variabel yang diuji dalam penelitian ini adalah persepsi risiko, perilaku keuangan, perilaku keuangan, sistem keamanan keuangan, tingkat kebutuhan, keputusan pembelian, dan literasi keuangan syariah.

3.2 Lokasi Penelitian

Tempat dimana suatu penelitian dilakukan merupakan definisi dari lokasi penelitian. Penelitian dilakukan di daerah Malang Raya, yang terdiri dari Kota Malang, Kota Batu, dan Kabupaten Malang.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2013), populasi adalah area generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Penelitian ini

mengamati Generasi Z yang menggunakan layanan *Paylater* di wilayah Malang Raya, untuk jumlah total populasi Generasi Z di Malang Raya tidak diketahui.

3.3.2 Sampel

Sebagian populasi yang memenuhi kriteria untuk penelitian disebut sebagai sampel (W. Gulo, 2010). Seluruh generasi Z di wilayah Kota Malang yang menggunakan *Paylater* adalah subjek penelitian. Untuk menentukan jumlah sampel yang akan diteliti apabila jumlah populasi tidak diketahui secara jelas, maka dengan menggunakan perhitungan rumus Malhotra perhitungan dilakukan dengan cara mengalikan jumlah pernyataan dengan 5, atau 5 x jumlah pernyataan (Malhotra, 2006). Total pernyataan dalam penelitian ini adalah 37 pertanyaan, sehingga minimal ukuran sampel penelitian ini adalah $35 \times 5 = 175$, Jadi jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 175 responden.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel atau sampling adalah proses dan cara mengambil sampel untuk menduga keadaan suatu populasi. Teknik sampling dibagi menjadi 2 jenis yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Pada penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling* dimana pemilihan sampel dari suatu populasi dengan tidak menggunakan kaidah-kaidah probabilitas karena tidak tersedianya daftar anggota populasi atau daftar unsur/elemen populasi generasi Z pengguna layanan *Paylater* di Malang Raya (A. Rahayu, 2022). Untuk kriteria respondenya adalah generasi Z dengan rentang usia 12-27 tahun yang berdomisili di Malang Raya dan mengetahui produk-produk layanan *Paylater* serta telah menggunakan produk-produk tersebut.

3.5 Data dan Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data primer dan sekunder. Data primer adalah informasi data yang belum digunakan oleh pihak lain dengan tujuan tertentu (Abdillah & Hartono, 2015). Sumber data utama atau primer diperoleh melalui pengamatan, hasil wawancara, dan angket atau kuesioner yang diberikan kepada responden yang memenuhi kriteria yang sesuai dengan tujuan penelitian. Data utama untuk penelitian ini berasal dari kuesioner yang dibagikan kepada generasi Z pengguna *Paylater* di Malang Raya.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai metode pengumpulan data. (Abdillah & Hartono, 2015) mengatakan bahwa kuesioner adalah metode pengumpulan data penelitian yang menggunakan sejumlah item pernyataan atau pertanyaan dalam format yang ditetapkan oleh peneliti. Jenis kuesioner dalam penelitian menggunakan angket tertutup. Menurut Komalasari (2014), angket tertutup adalah jenis angket atau kuesioner yang tidak memungkinkan responden untuk menjawab sesuai pendapat mereka sendiri. Dalam kuesioner, peneliti memberikan pilihan jawaban yang sesuai dengan pendapat responden, dan responden diminta untuk memilih salah satu yang sesuai dengan pendapat mereka (Abdillah & Hartono, 2015).

Kuesioner penelitian ini disebarakan secara online dengan bantuan Google Form dan skala *Likert* digunakan untuk mengukur skor. (Sugiyono, 2013) menyatakan bahwa skala *Likert* dapat digunakan untuk mengukur pendapat, persepsi, dan sikap seseorang tentang situasi saat ini. Menurut Hadi (1991), skala *Likert* terdiri dari lima tingkatan yang digunakan untuk menilai persetujuan responden terhadap pernyataan yang diberikan peneliti. Skala *Likert* memiliki tanggapan yang dimulai dengan nilai positif dan berakhir dengan nilai negatif (Sugiyono, 2013). Oleh karena itu, dalam penelitian ini, peneliti menggunakan lima kategori tanggapan likert: (1) Sangat Setuju (SS), (2) Setuju (S), (3) Kurang Setuju (KS), (4) Tidak Setuju (TS), dan (5) Sangat Tidak Setuju (STS).

Tabel 3.1

Skala *Likert* Jawaban Responden

No.	Kategori Jawaban	Notasi	Skor
1.	Sangat setuju	SS	5
2.	Setuju	S	4
3.	Ragu-ragu	RG	3
4.	Tidak setuju	TS	2
5.	Sangat tidak setuju	STS	1

Sumber: Diolah Peneliti, 2024

3.7 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel menurut Salmaa (2022) dalam Sugiyono (2016) adalah seperangkat lengkap petunjuk tentang apa yang harus diamati dalam mengukur atau menguji suatu variable dalam pengujian kesempurnaan. Variabel, menurut Sugiyono (2013), didefinisikan sebagai berbagai hal atau kegiatan yang dipilih oleh peneliti untuk dipelajari dengan tujuan mendapatkan informasi yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan. Penelitian ini menggunakan tiga variabel: variabel independen (X), variabel dependen (Y), dan variabel moderasi (Z). Variabel independen, juga dikenal sebagai variabel bebas, memiliki kemampuan untuk mempengaruhi variabel lain (Sugiyono, 2013). Presepsi risiko, *financial attitude*, *financial behavior*, *financial security system*, dan tingkat kebutuhan dalam penelitian ini merupakan variabel (X). Salah satu variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain disebut variabel terikat atau variabel dependen (Sugiyono, 2013). Variabel (Y) dalam penelitian adalah keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran *Paylater*. Literasi keuangan syariah digunakan sebagai variabel moderasi dalam penelitian. Variabel moderasi adalah variabel yang memiliki pengaruh yang kuat atau lemah pada setiap hubungan antara variabel independen dan dependen (Ghozali, 2009). Setiap variabel penelitian memiliki definisi operasional seperti yang dijelaskan berikut:

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Pertanyaan
-----------------	------------------	-------------------

<p>Persepsi Risiko</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ada risiko tertentu 2. Mengalami kerugian 3. Pemikiran bahwa berisiko <p>(Pavlou, 2003) (Ong & Nuryasman MN, 2022)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya dapat terlilit hutang jika saya menggunakan <i>Paylater</i> 2. Saya akan menambah beban keuangan bulanan jika saya menggunakan <i>Paylater</i> 3. Apabila saya tidak membayar tagihan <i>Paylater</i> tepat waktu, maka saya akan dikenakan denda terlambat bayar 4. Keputusan saya untuk menggunakan <i>Paylater</i> mengandung risiko
<p>Financial Attitude</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Orientasi terhadap keuangan pribadi 2. Menilai keuangan pribadi. <p>(R. Putri & Siregar, 2022)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempunyai anggaran merupakan strategi penting dalam keuangan 2. Penting untuk memikirkan/merencanakan keuangan 3. Melakukan pencatatan keuangan merupakan hal yang penting untuk keuangan 4. Tabungan pribadi akan saya gunakan sebagai dana darurat
<p>Financial Behavior</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Organizing Behavior</i> 2. <i>Spending Behavior</i> 3. <i>Saving Behavior</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya mendahulukan kebutuhan yang paling utama terlebih dahulu dalam anggaran belanja 2. Saya menabung secara periodik atau rutin

	<p>4. Squandering Behavior (Pusparani & Krisnawati, 2019)</p>	<p>3. Saya menabungkan segera sisa uang atau pendapatan tidak terduga</p> <p>4. Saya menggunakan tabungan untuk membiayai operasional usaha saya</p> <p>5. Saya menyisihkan sejumlah dana untuk pengeluaran tidak terduga</p> <p>6. Saya membayar tagihan tepat waktu</p> <p>7. Saya membandingkan antara pendapatan dan pengeluaran</p>
<p>Financial Security System</p>	<p>1. Kerahasiaan data</p> <p>2. Metode Pembayaran yang Aman</p> <p>3. Syarat dan Ketentuan yang Mudah Dipahami</p> <p>4. Memastikan keamanan informasi penggunaannya.</p> <p>5. Memastikan keamanan transaksi apapun.</p> <p>6. Melindungi informasi setiap penggunaannya. (Riquelme & Román, 2014);</p>	<p>1. Saya merasa data pribadi yang saya berikan akan dijaga kerahasiaannya oleh pihak <i>Paylater</i></p> <p>2. Saya akan menggunakan <i>Paylater</i> walaupun saya harus mengunggah data pribadi saya ke internet</p> <p>3. Saya yakin data transaksi di <i>Paylater</i> terjamin kerahasiannya</p> <p>4. Saya yakin transaksi saya di <i>Paylater</i> aman dan terlindungi</p> <p>5. Saya merasa pembayaran tagihan <i>Paylater</i> mudah dan aman</p> <p>6. Kebijakan keamanan <i>Paylater</i> jelas dan mudah dimengerti</p>

	(Agustiningrum & Andjarwati, 2021)	
Tingkat Kebutuhan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian produk dengan kebutuhan 2. Kebutuhan produk yang tidak bertentangan dengan syariat Islam 3. Kebutuhan produk yang memberikan jaminan keamanan saat bertransaksi. 4. Merasa Terbantu 5. Memudahkan Kehidupan <p>(Yanti, 2021); (Kasanah, 2021)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan saya 2. Saya membutuhkan produk <i>Paylater</i> yang tidak bertentangan dengan syariat Islam 3. <i>Paylater</i> mampu membantu kesulitan saya 4. <i>Paylater</i> memudahkan kehidupan sosial saya
Keputusan Pembelian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berniat terus menggunakan menggunakan <i>Paylater</i> 2. Kemantapan untuk memutuskan penggunaan penggunaan <i>Paylater</i> 3. Menggunakan <i>Paylater</i> untuk 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya akan terus menggunakan <i>Paylater</i> saat berbelanja di <i>e-commerce</i> 2. Saya memutuskan menggunakan <i>Paylater</i> karena membantu dalam melakukan transaksi pembayaran saat berbelanja 3. Saya memutuskan untuk menggunakan <i>Paylater</i> dalam

	<p>transaksi pembayaran</p> <p>4. Menyarankan kepada orang lain untuk menggunakan <i>Paylater</i></p> <p>(B. Sari & Mahanani, 2017); (Asnawi, 2022)</p>	<p>transaksi pembayaran karena mudah saat menggunakannya</p> <p>4. Saya akan menyarankan kepada orang lain untuk menggunakan <i>Paylater</i></p> <p>5. Saya yakin dalam pengambilan keputusan menggunakan <i>Paylater</i></p>
<p>Literasi Keuangan Syariah</p>	<p>1. Pengetahuan Keuangan Syariah</p> <p>2. Mengetahui produk/jasa pada Lembaga keuangan syariah</p> <p>3. Memahami biaya dan manfaat keuangan Syariah</p> <p>4. Percaya terhadap keuangan syariah</p> <p>(Oseifuah, 2010); (Alfarizi, 2022)</p>	<p>1. Saya memahami konsep perhitungan bunga dalam produk keuangan non-syariah dan bagaimana hal ini berbeda dengan prinsip-prinsip keuangan syariah.</p> <p>2. Saya memiliki pemahaman yang baik mengenai prinsip-prinsip dasar keuangan syariah, termasuk larangan riba dan gharar.</p> <p>3. Saya mengetahui jenis produk dan jasa yang ditawarkan oleh lembaga keuangan syariah, serta bagaimana produk tersebut sesuai dengan prinsip syariah.</p> <p>4. Saya memahami biaya dan manfaat yang terkait dengan produk keuangan syariah dan bagaimana</p>

		<p>produk tersebut menghindari unsur-unsur yang tidak sesuai dengan prinsip syariah.</p> <p>5. Saya percaya bahwa lembaga keuangan syariah menawarkan solusi finansial yang aman dan sesuai dengan ajaran Islam dalam pengelolaan keuangan.</p>
--	--	---

Sumber: Diolah Peneliti, 2024

3.8 Analisis Data

3.8.1 Partial Least Square (PLS)

Menurut Jogiyanto (2011) dalam (Hamid & M Anwar, 2019), *Partial Least Square* (PLS) merupakan suatu uji statistik yang berfungsi sebagai pembanding dan menganalisis hubungan antara beberapa variabel terikat dan beberapa variabel bebas. Sedangkan PLS menurut Ghozali (2009) adalah teknik analisis yang disebut dengan *soft modelling*. karena datanya tidak didasarkan pada beberapa kriteria, antara lain: harus menggunakan skala pengukuran, datanya berdistribusi normal, dan dapat menggunakan sampel berjumlah sedikit. Menurut Hartono (2015), PLS merupakan analisis persamaan struktural (SEM) berdasarkan analisis varians yang dapat menguji model struktural dan model pengukuran secara bersamaan.

Keunggulan dari menggunakan PLS yaitu:

1. Dengan menggunakan PLS, terdapat banyak model yang dapat digunakan untuk menguji variabel dependen dan independen.
2. Dengan menggunakan PLS, dapat permasalahan multikolinearitas pada variabel independen dapat diatasi.
3. Dengan menggunakan PLS tetap, hasil yang diperoleh akurat meskipun data dari sebuah penelitian bersifat kurang normal atau data hilang.
4. Dengan menggunakan PLS, jenis konstruk reflektif dan formatif dapat digunakan.
5. Dengan menggunakan PLS, sampel dengan jumlah sedikit dapat digunakan.
6. PLS tidak memerlukan distribusi data normal

7. PLS dapat digunakan untuk data dengan jenis skala berbeda, seperti kontinu, nominal, dan ordinal.

Dalam penelitian ini, menggunakan analisis SEM-PLS (*Structural Equation Modeling dengan Partial Least Squares*). Menurut Prayudi (2023) SEM-PLS adalah salah satu pendekatan yang digunakan dalam analisis SEM. Ini adalah teknik alternatif untuk memodelkan hubungan antara variabel laten dan variabel manifest. Metode ini lebih cocok untuk sampel yang relatif kecil atau data yang tidak memenuhi asumsi distribusi normal. SEM-PLS berbeda dari metode SEM klasik yang mengandalkan estimasi kovarian atau korelasi untuk memperkirakan parameter model. Sebaliknya, SEM-PLS menggunakan algoritma Partial Least Squares untuk memperkirakan parameter model. Ini menjadikan SEM-PLS lebih robust dalam menghadapi data yang berbeda atau non-normal.

3.8.2 Statistika Deskriptif

Analisis statistika deskriptif merupakan analisis statistik yang memiliki fungsi sebagai analisis data dengan memberikan deskripsi data yang dikumpulkan sehingga membentuk gambaran atau deskripsi penelitian (Abdillah & Hartono, 2015). Penggunaan statistik deskriptif bertujuan untuk menjelaskan dan membuat rincian data yang dikumpulkan untuk memperoleh gambaran yang jelas tentang variabel-variabel yang diteliti dengan menggunakan beberapa metode seperti pengumpulan, pengurutan, dan pengelompokan data yang diperoleh (Sugiyono, 2013). Data tersebut kemudian ditabulasi untuk dianalisis lebih lanjut.

3.8.3 Statistika Inferensial

Statistik inferensial disebut juga statistik induktif yang merupakan salah satu jenis analisis data yang menunjukkan derajat kemiripan antara hasil sampel yang diperoleh dengan hasil keseluruhan populasi. Menurut Creswell, Muhammad Nisfiannoor dalam (Abdillah & Hartono, 2015), statistik inferensial adalah suatu teknik yang berkaitan dengan analisis data sampel yang digunakan sebagai generalisasi dari populasi penelitian. Penggunaan statistik inferensial didasarkan pada probabilitas dan pengambilan sampel secara acak.

Adapun konsep statistik inferensial dalam (Abdillah & Hartono, 2015) diantaranya :

1. *Standard Error*

Ciri dari *Standard error* yaitu ketika sifat kesalahan terdistribusi normal dengan varian yang besar dan menyerupai kurva lonceng. *Standard error* merupakan faktor utama yang dipengaruhi oleh besarnya sampel penelitian. Semakin banyak jumlah sampel dalam penelitian maka semakin kecil nilai *standard error* penelitian tersebut. Maka dari itu, sampel sebuah penelitian akan lebih akurat apabila sampel yang digunakan dalam penelitian berjumlah banyak.

2. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah pengujian yang dilakukan dalam menentukan keputusan peneliti dalam mengevaluasi temuan penelitian. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana tujuan penelitian telah tercapai. Dalam pengujian hipotesis, uji hipotesis nol (H_0) dalam suatu penelitian menentukan diterima atau ditolaknya.

3. Uji Signifikansi

Pengujian signifikansi merupakan suatu metode untuk mendeteksi perbedaan antara dua nilai dengan menggunakan tingkat signifikansi probabilitas dan menolak hipotesis nol. Secara umum tingkat signifikansi yang digunakan untuk menentukan probabilitas yaitu 0,05.

3.8.4 Evaluasi *Outer Model* (Model Pengukuran)

Evaluasi *outer model* bertujuan untuk menguji ukuran model yang ditentukan dengan menggambarkan pengaruh dengan menggabungkan variabel laten dan indikator. Model pengukuran digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas penelitian. Untuk mengukur hasil yang diharapkan dari kemampuan instrumen penelitian yang dievaluasi dengan uji validitas. Sementara itu, konsistensi alat ukur dan jawaban responden terhadap kuesioner penelitian dievaluasi dengan uji reliabilitas. Berikut penjelasan lebih rinci mengenai uji model pengukuran PLS (Hartono, 2015).

1. Uji Validitas

a. Convorgent validity

Tujuan dari validitas konvergen adalah mengukur validitas suatu variabel dengan indikator reflektif, yang dinilai berdasarkan hubungan skor indikator

dengan skor variabel yang diteliti dan valid atau tidaknya indikator tersebut. Menurut Jogiyanto (2011) dalam (Hamid & M Anwar, 2019) validitas konvergen konstruk harus berkorelasi tinggi, hal ini terlihat dari nilai *loading factor*. Menurut Latan (2015), indikator penelitian dikatakan baik jika memberikan nilai AVE $> 0,5$ dan *loading factor* $> 0,7$, sedangkan faktor *loading factor* mencapai nilai 0,5-0,6 dianggap memadai dan dapat melanjutkan riset.

b. Discriminant validity

Tujuan dari validitas diskriminan adalah untuk mengukur validitas suatu variabel dengan indikator reflektif yang dianalisis berdasarkan pengukuran *cross-loading* dengan konstruk. Menurut Jogiyanto (2011) dalam (Hamid & M Anwar, 2019), validitas diskriminan hubungan antar konstruk yang berbeda tidak boleh berkorelasi tinggi yang ditunjukkan dengan nilai *cross-loading*. Menurut Latan (2015) nilai *cross-loading* setiap variabel harus $> 0,7$.

Menurut Fornel dan Larcker (1981) dalam (Ghozali & Latan, 2015), cara lain untuk menentukan nilai validitas diskriminan adalah dengan membandingkan nilai akar kuadrat AVE setiap konstruk dengan korelasi antar konstruk lainnya. Validitas diskriminan dianggap baik jika nilai validitas diskriminan memberikan akar kuadrat AVE masing-masing konstruk yang lebih besar dibandingkan korelasi antar konstruk lain dalam model.

2. Uji Reliabilitas

a. Composite reliability

Reliabilitas komposit bertujuan untuk mengukur reliabilitas suatu variabel dengan menggunakan indikator reflektif, yang dapat dilakukan dengan dua cara yaitu *Cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Pengujian reliabilitas menjelaskan keakuratan, konsistensi dan ketepatan alat yang digunakan dalam pengukuran (Ghozali & Latan, 2015). Tapi uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian adalah reliabilitas komposit. Hal ini dikarenakan *Cronbach's alpha* dinilai rendah dalam pengujian sehingga tidak disarankan (Hamid & M Anwar, 2019). Diterimanya *Composite reliability* jika memberikan nilai $> 0,7$, meskipun nilai 0,6 masih dapat diterima (Ghozali & Latan, 2015).

Tabel 3.3
Parameter Evaluasi Model Pengukuran dalam Model Pengukuran PLS

Keterangan	Parameter	Rule of Thumbs
Uji Validitas		
Konvergen	<i>Loading factor</i>	> 0,7 baik 0,5-0,6 cukup
	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i> <i>Communality</i>	> 0,5 > 0,5
Diskriminan	Akar AVE dan korelasi variabel laten	Akar AVE > Korelasi variabel laten
	<i>Cross loading</i>	> 0,7 dalam satu variabel
Uji Reliabilitas		
	<i>Composite reliability/Cronbach's alpha</i>	> 0,7

Sumber: Diolah Peneliti, 2024

3.8.5 Evaluasi *Inner Model* (Model Struktural)

Menurut Anwar (2019), beberapa item yang digunakan sebagai kriteria penilaian *inner model* yaitu:

a. Nilai koefisien determinan (*R-Square/R²*)

Menurut Jogiyanto (2011), dalam (Hamid & M Anwar, 2019) tujuan dari penggunaan nilai *R-square* yaitu untuk mengetahui besar kecilnya pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen. Nilai *R-square* dikatakan kuat, *moderate* dan lemah ketika nilai yang diperoleh sebesar 0,75, 0,50 dan 0,25 (Ghozali & Latan, 2015). Semakin tinggi nilai *R-squared* maka semakin baik model penelitian yang dibuat (Hartanto, 2022).

b. *Path Coefficient*

Path coefficient bertujuan untuk menguji hubungan antara arah variabel dengan variabel positif atau negatif lainnya. Jika *patch coefficient* > 0, maka hubungannya mengarah ke arah positif. Sedangkan *patch coefficient* < 0 menghasilkan hubungan ke arah negatif.

c. *Q² Predictive Relevance*

Q2 Predictive Relevance disebut juga dengan *Predictive Sample Reuse*. Tujuan dari pengukuran ini adalah untuk menguji seberapa baik antara hasil observasi dengan prosedur *blindfolding* dengan melalui observasi Q^2 . Hasil observasi dikatakan baik jika $Q^2 > 0$. Begitu sebaliknya jika $Q^2 < 0$ artinya hasil observasi dikatakan tidak baik (Ghozali & Latan, 2015).

d. *Quality Indexes*

Selanjutnya pengukuran yang digunakan adalah *GoF index (Goodness of Fit)*. Pengukuran *GoF index* menguji hasil yang valid antara variabel eksogen dan endogen. Menurut Latan (2015) ada tiga penilaian indeks *GoF* yaitu (1) dalam kategori *GoF* rendah memiliki nilai 0,1, (2) dalam kategori *GoF* medium memiliki nilai 0,25, (3) dalam kategori *GoF* tinggi memiliki nilai 0,36.

e. Uji Hipotesis (*Bootstrapping*)

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui pengaruh signifikan antar variabel penelitian. Proses pengujian dilakukan berdasarkan nilai t-statistik dan t-tabel yang dihasilkan dari proses *SmartPLS* yang dijalankan. Apabila nilai yang diperoleh dari t-tabel lebih kecil dari t-statistik maka disimpulkan terdapat hubungan yang signifikan antar variabel penelitian yang diuji. Dapat dikatakan signifikan jika nilai t-statistik $> 1,96$. Begitu sebaliknya dikatakan tidak signifikan ketika nilai t-statistik $< 1,96$ (Ghozali & Latan, 2015).

Tabel 3.4
Parameter Evaluasi Model Struktural dalam Model Pengukuran PLS

Parameter	Rule of Thumbs
<i>R-square</i>	Terindikasi kuat, moderate, dan lemah jika nilai masing-masing 0,75; 0,50; dan 0,25.
<i>Path coefficient</i>	<i>Path coefficient</i> > 0 berarti positif <i>Path coefficient</i> < 0 berarti negatif
<i>Q² predictive Relevance</i>	$Q^2 > 0$ dianggap baik $Q^2 < 0$ dianggap tidak baik
<i>Quality Indexes</i>	Terindikasi lemah, moderate dan kuat jika nilai masing-masing 0,02; 0,15; dan 0,35.

Uji Hipotesis (<i>Bootstrapping</i>)	Nilai t-statistik > 1.96 berarti signifikan Nilai t-statistik < 1,96 berarti tidak signifikan
---	--

Sumber : Diolah Peneliti, 2024

3.8.6 Tahapan Penggunaan SmartPLS

Berikut ini adalah penjelasan tentang beberapa tahapan analisis PLS-SEM (Abdillah & Hartono, 2015) :

1. Mempersiapkan data penelitian

Langkah pertama sebelum melakukan uji PLS adalah menyiapkan data yang akan digunakan. Ini berarti tabulasi data penelitian dalam file excel harus diubah menjadi format.csv terbatas karena PLS tidak dapat mendeteksi ekstensi xls dalam file excel.

2. Mengimplementasikan PLS

Selanjutnya adalah memulai penggunaan aplikasi SmartPLS. Berikut adalah langkah-langkah dalam penggunaan aplikasi SmartPLS versi 4.:

- a. Membuka aplikasi *SmartPLS*.
- b. Membuat folder yang akan digunakan untuk menyimpan file data penelitian. Klik "File" dan pilih "*Switch Workspace*". Kemudian buat folder sesuai keinginan Anda.
- c. Klik File - Buat Project Baru untuk membuat proyek baru.
- d. Beri nama folder file, kemudian klik tombol "Import Data" untuk meng-import file data dalam format excel.csv terbatas ke dalam software SmartPLS.
- e. Kemudian halaman baru muncul. Di sana, pengguna diminta untuk mengimport data ke folder file komputer, dan kemudian klik Ok.
- f. Kotak menu kerja akan muncul secara otomatis jika data diimpor dengan sukses.

3. Menggambar model penelitian

Selanjutnya, buat model penelitian dengan beberapa variabel laten. Untuk menggambar variabel laten, klik tanda bulat warna biru pada simbol menu dan masukkan jumlah yang diinginkan pada kotak halaman kerja. Setelah itu, klik kanan dan pilih rename object untuk memberikan nama pada variabel laten. Langkah selanjutnya adalah menarik indikator dari jendela menu indikator untuk memasukkannya pada masing-masing variabel laten. Indikator penelitian akan

berbentuk kotak dengan warna kuning, dan variabel laten akan berbentuk bulat dengan warna merah. Kemudian, gunakan connector atau tanda panah untuk membuat jalur atau path model yang menghubungkan variabel laten. Lalu, klik variabel laten pertama untuk membuat jalur dan menarik jalur ke variabel laten yang dihubungkan. Model penelitian siap untuk diuji jika langkah-langkah yang dilakukan sudah benar. Variabel laten yang berwarna merah akan berubah menjadi biru.

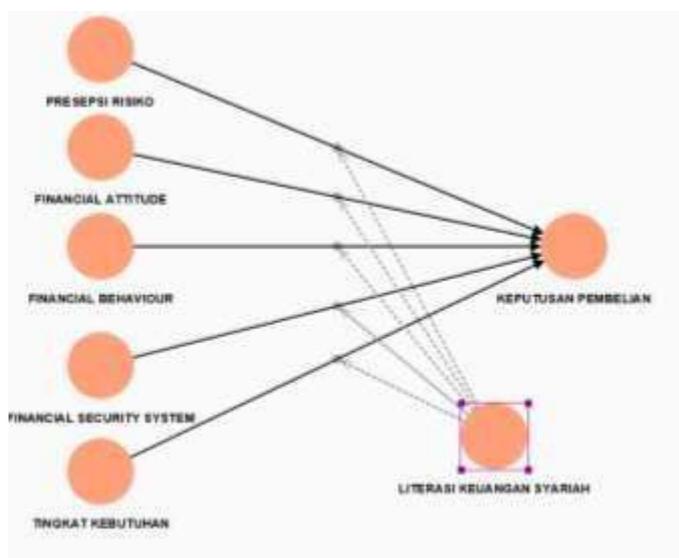
4. *Running* data penelitian

Sebelum melakukan uji hipotesis untuk mengetahui hubungan relasional dalam model struktural, model pengukuran dilakukan terlebih dahulu. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa indikator dan variabel laten yang akan diuji selanjutnya benar. Uji reliabilitas dan validitas adalah bagian dari pemeriksaan ini. Setelah itu, klik menu *Calculate—Algorithm* untuk melanjutkan. Dua jenis data dapat digunakan untuk mengetahui hasil proses operasi algoritma, yaitu:

- a. Data model penelitian yang menunjukkan *outer loading* (skor loading).
- b. Output data model penelitian disajikan dalam bentuk laporan. Hasil ini tersaji dengan memilih menu laporan dan memilih tipe file media untuk menampilkan hasil proses operasi algoritma.

3.8.7 Model Struktural Penelitian

Gambar 3.1
Gambar Model Struktural Penelitian



Sumber: Diolah Peneliti, 2024

Pemaparan dari gambar diatas adalah terdapat lima variabel independen yaitu persepsi risiko, *financial attitude*, *financial behaviour*, *financial security system*, tingkat kebutuhan. Variabel-variabel tersebut berusaha mengungkapkan bahwa adanya pengaruh terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Disisi lain terdapat variabel moderasi yang diwakili oleh literasi keuangan syariah dalam perannya dalam memperkuat atau memperlemah hubungan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

BAB IV HASIL PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Deskriptif Responden

a. Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-Laki	139	41,9%
2	Perempuan	193	58,1%
Total		332	100%

Sumber: Data diolah, (2024)

Tabel 4.1 menunjukkan karakteristik responden yang menggunakan metode pembayaran *Paylater* berdasarkan jenis kelamin. Dari total responden, sebanyak 139 orang (41,9%) adalah laki-laki, sedangkan 193 orang (58,1%) adalah perempuan. Proporsi perempuan yang lebih tinggi ini dapat mengindikasikan bahwa metode pembayaran *Paylater* mungkin lebih diminati oleh kelompok perempuan daripada laki-laki, atau perempuan lebih banyak terlibat dalam keputusan pembelian menggunakan *Paylater*. Dominasi responden perempuan ini dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai preferensi dan perilaku konsumen perempuan terhadap *Paylater*, yang bisa jadi berbeda dari laki-laki. Data ini bermanfaat untuk memahami karakteristik pengguna *Paylater* yang lebih cenderung didominasi oleh perempuan, serta membantu merancang strategi pemasaran yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan mereka dalam penggunaan layanan ini.

b. Berdasarkan Usia

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	12-15 Tahun	21	6,3%
2	16-19 Tahun	41	12,3%

3	20-23 Tahun	187	56,3%
4	24-27 Tahun	83	25,1%
Total		332	100%

Sumber: Data diolah, (2024)

Tabel 4.2 menunjukkan karakteristik responden yang menggunakan metode pembayaran *Paylater* berdasarkan usia. Dari total 332 responden, kelompok usia 20-23 tahun merupakan mayoritas, dengan jumlah 187 orang (56,3%). Diikuti oleh kelompok usia 24-27 tahun sebanyak 83 orang (25,1%), kelompok usia 16-19 tahun sebanyak 41 orang (12,3%), dan yang paling sedikit adalah kelompok usia 12-15 tahun dengan 21 orang (6,3%). Distribusi ini menunjukkan bahwa metode pembayaran *Paylater* lebih banyak digunakan oleh individu yang berada pada rentang usia muda, khususnya antara 20 hingga 27 tahun. Dominasi responden dalam kelompok usia ini bisa jadi disebabkan oleh kebutuhan finansial yang meningkat, seperti biaya pendidikan, kebutuhan pribadi, atau konsumsi gaya hidup. Kelompok usia muda, khususnya di rentang 20-23 tahun, kemungkinan lebih tertarik menggunakan *Paylater* karena fleksibilitas pembayaran yang ditawarkan, yang memungkinkan mereka untuk memenuhi kebutuhan tanpa harus memiliki uang tunai secara langsung.

c. Berdasarkan Domisili

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

No	Domisili	Jumlah	Persentase
1	Kabupaten Malang	88	26,5%
2	Kota Malang	183	55,1%
3	Kota Batu	61	18,4%
Total		332	100%

Sumber: Data diolah, (2024)

Tabel 4.3 menunjukkan karakteristik responden yang menggunakan metode pembayaran *Paylater* berdasarkan domisili. Dari total 332 responden, mayoritas berasal dari Kota Malang, dengan jumlah 183 orang atau 55,1%. Selanjutnya, 88 orang atau 26,5% berasal dari Kabupaten Malang, dan 61 orang atau 18,4% berasal dari Kota Batu. Distribusi ini menunjukkan bahwa penggunaan metode pembayaran

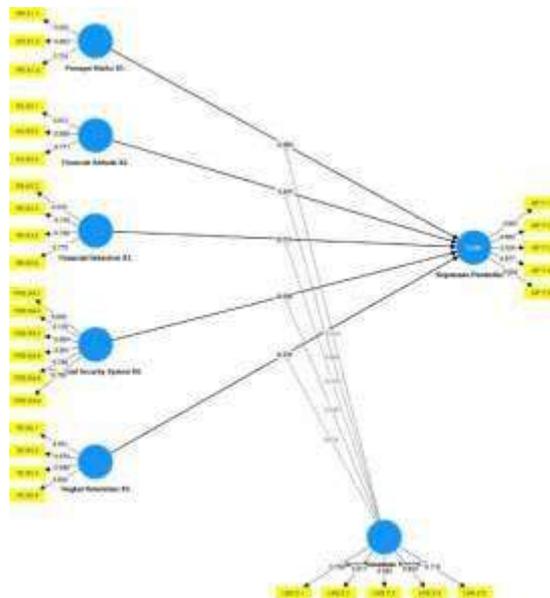
Paylater lebih dominan di Kota Malang dibandingkan daerah lainnya. Hal ini mungkin disebabkan oleh kondisi Kota Malang sebagai pusat aktivitas ekonomi dan gaya hidup di wilayah tersebut, yang memungkinkan akses yang lebih luas terhadap teknologi finansial seperti *Paylater*. Selain itu, Kota Malang yang memiliki populasi perkotaan lebih besar mungkin mencerminkan adanya kebutuhan yang lebih tinggi untuk kemudahan transaksi bagi masyarakat perkotaan yang cenderung aktif dalam konsumsi barang dan layanan.

4.1.2 Outer Model

Evaluasi model pengukuran (measurement model) pada penelitian ini bertujuan untuk menilai indikator - indikator (observed variabel) yang menyusun variabel laten yang tidak dapat diukur secara langsung. Evaluasi model pengukuran atau outer model dilakukan untuk menilai validitas atau reliabilitas model.

Gambar 4.1

Hasil Uji Outer Model



Sumber: Data diolah, (2024)

a. *Convergen Validity*

Tujuan dari validitas konvergen adalah mengukur validitas suatu variabel dengan indikator reflektif, yang dinilai berdasarkan hubungan skor indikator dengan skor variabel yang diteliti dan valid atau tidaknya indikator tersebut. Menurut Jogiyanto (2011) dalam (Hamid & M Anwar, 2019) validitas konvergen konstruk harus berkorelasi tinggi, hal ini terlihat dari nilai loading factor. Menurut Latan (2015), indikator penelitian dikatakan baik jika memberikan nilai AVE > 0,5 dan loading factor > 0,7, sedangkan faktor loading factor mencapai nilai 0,5-0,6 dianggap memadai dan dapat melanjutkan riset.

Tabel Uji Convergent Validity

Variabel	Indikator	Nilai Loading Factor	Hasil
Presepsi Risiko X1.	PR X1.1	0.874	Valid
	PR X1.2	0.896	Valid
	PR X1.3	0.426	Tidak Valid
	PR X1.4	0.723	Valid
<i>Financial Attitude X2.</i>	FA X2.1	0.904	Valid
	FA X2.2	0.883	Valid
	FA X2.3	0.762	Valid
	FA X2.4	0.357	Tidak Valid
<i>Financial Behaviour X3.</i>	FB X3.1	0.443	Tidak Valid
	FB X3.2	0.815	Valid
	FB X3.3	0.776	Valid
	FB X3.4	0.756	Valid
	FB X3.5	0.771	Valid
	FB X3.6	0.420	Tidak Valid
	FB X3.7	0.493	Tidak Valid
<i>Financial Security System X4.</i>	FSS X4.1	0.828	Valid
	FSS X4.2	0.729	Valid
	FSS X4.3	0.864	Valid
	FSS X4.4	0.851	Valid
	FSS X4.5	0.786	Valid
	FSS X4.6	0.799	Valid
Tingkat Kebutuhan X5.	TK X5.1	0.801	Valid
	TK X5.2	0.570	Valid
	TK X5.3	0.849	Valid
	TK X5.4	0.855	Valid
Keputusan Pembelian Y.	KP Y.1	0.901	Valid
	KP Y.2	0.865	Valid
	KP Y.3	0.890	Valid
	KP Y.4	0.876	Valid

	KP Y.5	0.854	Valid
	LKS Z.1	0.756	Valid
	LKS Z.2	0.877	Valid
Literasi Keuangan Syariah Z.	LKS Z.3	0.892	Valid
	LKS Z.4	0.858	Valid
	LKS Z.5	0.716	Valid

Sumber: Data Diolah, (2024)

Berdasarkan hasil uji convergent validity pada tabel diatas, masih terdapat beberapa indikator yang memiliki nilai loading factor dibawah 0,7. Oleh karena itu peneliti harus menghapus dan mengkaji ulang semua indikator untuk mendapatkan nilai loading factor diatas 0,7. Sedangkan faktor loading factor mencapai nilai 0,5-0,6 dianggap memadai dan dapat melanjutkan riset. Setelah melalui penghapusan secara bertahap indikator/item yang tidak valid yaitu pada variabel Presepsi Risiko X1. berupa PR X1.3. Variabel *Financial Attitude* X2 item yang di hapus adalah FA X2.4 Variabel *Financial Behaviour* X3. item yang dihapus yaitu FB X3.1, FB X3.6 dan FB X3.7. Hingga kemudian menyisakan item/indicator yang valid serta reliabel untuk dijadikan sebagai alat ukur. Pada sampel yang dipakai untuk analisis data juga berubah dimana jumlah minimum awal responden sebesar 175 dan jumlah akhir responden yang mengisi kuisisioner sebesar 332. Jumlah responden yang mempuni dan memenuhi kriteria ketentuan dalam analisis data sejumlah 271 responden. Pengujian ulang tersebut mendapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel Uji Ulang Convergent Validity

Variabel	Indikator	Nilai Loading Factor	Hasil
Presepsi Risiko X1.	PR X1.1	0.874	Valid
	PR X1.2	0.896	Valid
	PR X1.3	0.426	Tidak Valid
	PR X1.4	0.723	Valid
<i>Financial Attitude</i> X2.	FA X2.1	0.904	Valid
	FA X2.2	0.883	Valid
	FA X2.3	0.762	Valid
	FA X2.4	0.357	Tidak Valid
<i>Financial Behaviour</i> X3.	FB X3.1	0.443	Tidak Valid
	FB X3.2	0.815	Valid
	FB X3.3	0.776	Valid
	FB X3.4	0.756	Valid
	FB X3.5	0.771	Valid
	FB X3.6	0.420	Tidak Valid
	FB X3.7	0.493	Tidak Valid

	FSS X4.1	0.828	Valid
	FSS X4.2	0.729	Valid
<i>Financial Security System X4.</i>	FSS X4.3	0.864	Valid
	FSS X4.4	0.851	Valid
	FSS X4.5	0.786	Valid
	FSS X4.6	0.799	Valid
	TK X5.1	0.801	Valid
Tingkat Kebutuhan X5.	TK X5.2	0.570	Valid
	TK X5.3	0.849	Valid
	TK X5.4	0.855	Valid
	KP Y.1	0.901	Valid
Keputusan Pembelian Y.	KP Y.2	0.865	Valid
	KP Y.3	0.890	Valid
	KP Y.4	0.876	Valid
	KP Y.5	0.854	Valid
	LKS Z.1	0.756	Valid
Literasi Keuangan Syariah Z.	LKS Z.2	0.877	Valid
	LKS Z.3	0.892	Valid
	LKS Z.4	0.858	Valid
	LKS Z.5	0.716	Valid

Sumber: Data Diolah, (2024)

Berdasarkan hasil pengujian ulang *convergent validity* pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *loading factor* seluruh indikator yang diperoleh sudah diatas 0,7 dan faktor loading factor mencapai nilai 0,5-0,6. Dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel di dalam penelitian telah memenuhi kriteria *convergent validity* yang baik.

b. Discriminant Validity

Tujuan dari validitas diskriminan adalah untuk mengukur validitas suatu variabel dengan indikator reflektif yang dianalisis berdasarkan pengukuran cross-loading dengan konstruk. Menurut Jogiyanto (2011) dalam (Hamid & M Anwar, 2019), validitas diskriminan hubungan antar konstruk yang berbeda tidak boleh berkorelasi tinggi yang ditunjukkan dengan nilai cross-loading . Menurut Latan (2015) nilai cross-loading setiap variabel harus $> 0,7$.

Menurut Fornel dan Larcker (1981) dalam (Ghozali & Latan, 2015), cara lain untuk menentukan nilai validitas diskriminan adalah dengan membandingkan nilai akar kuadrat AVE setiap konstruk dengan korelasi antar konstruk lainnya. Validitas

diskriminan dianggap baik jika nilai validitas diskriminan memberikan akar kuadrat AVE masing-masing konstruk yang lebih besar dibandingkan korelasi antar konstruk lain dalam model.

Tabel Nilai Cross Loading

Variabel	Indikator	Nilai Loading Factor	Hasil
<i>Presepsi Risiko X1.</i>	PR X1.1	0.874	Valid
	PR X1.2	0.896	Valid
	PR X1.4	0.723	Valid
Financial Attitude X2.	FA X2.1	0.904	Valid
	FA X2.2	0.883	Valid
	FA X2.3	0.762	Valid
Financial Behaviour X3.	FB X3.2	0.815	Valid
	FB X3.3	0.776	Valid
	FB X3.4	0.756	Valid
Financial Security System X4.	FB X3.5	0.771	Valid
	FSS X4.1	0.828	Valid
	FSS X4.2	0.729	Valid
	FSS X4.3	0.864	Valid
	FSS X4.4	0.851	Valid
	FSS X4.5	0.786	Valid
Tingkat Kebutuhan X5.	FSS X4.6	0.799	Valid
	TK X5.1	0.801	Valid
	TK X5.2	0.570	Valid
	TK X5.3	0.849	Valid
Keputusan Pembelian Y.	TK X5.4	0.855	Valid
	KP Y.1	0.901	Valid
	KP Y.2	0.865	Valid
	KP Y.3	0.890	Valid
	KP Y.4	0.876	Valid
Literasi Keuangan Syariah Z.	KP Y.5	0.854	Valid
	LKS Z.1	0.756	Valid
	LKS Z.2	0.877	Valid
	LKS Z.3	0.892	Valid
	LKS Z.4	0.858	Valid
	LKS Z.5	0.716	Valid

Sumber: Data Diolah, (2024)

Dari hasil pengujian model pengukuran nilai cross loading pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai cross loading pada tiap-tiap item variabel memiliki nilai yang lebih besar dari pada nilai cross loading pada variabel latent lainnya. Selain

itu untuk menilai discriminant validity bisa dilakukan dengan metode Fornell - Larcker Criterion yaitu membandingkan akar kuadrat dari Average Variance Extracted (AVE) untuk setiap konstruk dengan nilai korelasi konstruksi lainnya dalam model.

Tabel Nilai Fornell-Larcker Criterion

	X2.	X3.	X4.	Y.	Z.	X1.	X5.
X2.	0.863						
X3.	0.076	0.784					
X4.	0.093	0.499	0.811				
Y.	-0.197	0.461	0.561	0.877			
Z.	0.012	0.505	0.567	0.590	0.823		
X1.	-0.069	0.293	0.117	0.235	0.268	0.836	
X5.	0.096	0.505	0.753	0.633	0.627	0.296	0.778

Sumber: Data Diolah, (2024)

Berdasarkan pengujian nilai Fornell-Larcker Criterion untuk mengetahui validitas instrument dengan discriminant validity pada tabel di atas sudah menunjukkan bahwa pengukur dari variabel latent yang berupa akar kuadrat dari Average Variance Extracted (AVE) lebih besar dari korelasi variabel latent lainnya

c. Average Variance Extracted (AVE)

Pengujian AVE digunakan untuk menjelaskan interkorelasi antar indikator pada konstruk di setiap variabel laten. Pengujian ini dapat dikatakan valid jika nilai AVE yang diperoleh lebih dari 0,5. Peneliti telah melakukan pengujian AVE dengan hasil sebagai berikut:

Tabel Uji Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Nilai AVE	Hasil
Keputusan Pembelian Y.	0.770	Valid
Financial Security System X4.	0.657	Valid
Literasi Keuangan Syariah Z.	0.677	Valid
Financial Attitude X2.	0.745	Valid
Presepsi Risiko X1.	0.699	Valid
Financial Behaviour X3.	0.615	Valid
Tingkat Kebutuhan X5.	0.605	Valid

Sumber: Data Diolah, (2024)

Berdasarkan hasil pengujian AVE pada tabel diatas, seluruh variabel penelitian memiliki nilai diatas 0,5 sehingga pengujian dapat dikatakan valid. Dapat

disimpulkan bahwa satu variabel laten mampu menjelaskan lebih dari setengah varian dari indikator-indikator dalam rata-rata.

d. Composite Reliability

Reliabilitas komposit bertujuan untuk mengukur reliabilitas suatu variabel dengan menggunakan indikator reflektif, yang dapat dilakukan dengan dua cara yaitu Cronbach's alpha dan composite reliability. Pengujian reliabilitas menjelaskan keakuratan, konsistensi dan ketepatan alat yang digunakan dalam pengukuran (Ghozali & Latan, 2015). Tapi uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian adalah reliabilitas komposit. Hal ini dikarenakan Cronbach's alpha dinilai rendah dalam pengujian sehingga tidak disarankan (Hamid & M Anwar, 2019). Diterimanya *Composite reliability* jika memberikan nilai > 0,7, meskipun nilai 0,6 masih dapat diterima (Ghozali & Latan, 2015).

Tabel Uji *Composite reliability*

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Composite Reliability Value	Hasil
Keputusan Pembelian Y.	0.925	0.927	Valid
Financial Security System X4.	0.895	0.895	Valid
Literasi Keuangan Syariah Z.	0.880	0.893	Valid
Financial Attitude X2.	0.838	0.916	Valid
Presepsi Risiko X1.	0.796	0.880	Valid
Financial Behaviour X3.	0.793	0.807	Valid
Tingkat Kebutuhan X5.	0.779	0.828	Valid

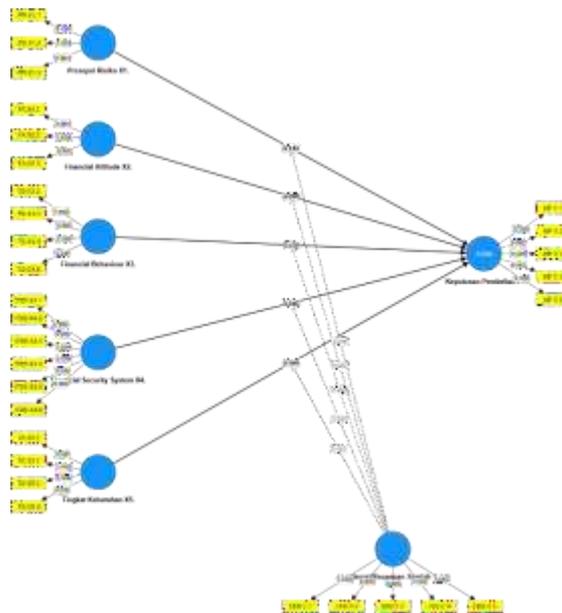
Sumber: Data Diolah, (2024)

Berdasarkan hasil pengujian cronbach alpha pada tabel diatas, seluruh variabel penelitian memiliki nilai diatas 0,6 sehingga pengujian dapat dikatakan valid. Dapat disimpulkan bahwa seluruh batas kontruk di dalam penelitan dapat dinyatakan andal atau reliabel. Sedangkan pengujian composite reliability pada tabel diatas, seluruh variabel penelitian memiliki nilai diatas 0,7 sehingga pengujian dapat dikatakan valid. Dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel penelitian memiliki reliabilitas yang baik.

4.1.3 Inner Model

Analisis inner Model atau Model Struktural menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan pada substantive theory. Perancangan Model Struktural hubungan antar variabel laten didasarkan pada rumusan masalah atau hipotesis penelitian.

Gambar 4.2
Hasil Uji Inner Model



Sumber: Data Diolah, (2024)

a. R-Square/R²

Menurut Jogiyanto (2011), dalam (Hamid & M Anwar, 2019) tujuan dari penggunaan nilai *R-square* yaitu untuk mengetahui besar kecilnya pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen. Nilai *R-square* dikatakan kuat, *moderate* dan lemah ketika nilai yang diperoleh sebesar 0,75, 0,50 dan 0,25 (Ghozali & Latan, 2015). Semakin tinggi nilai R-squared maka semakin baik model penelitian yang dibuat (Hartanto, 2022)

Tabel Uji Koefisien Determinasi (R²)

Variabel	Nilai R Square	Nilai R Square Adjusted
Keputusan Pembelian Y.	0.550	0.531

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel diatas dapat

disimpulkan bahwa seluruh variabel independen yang meliputi Presepsi Risiko X1, *Financial Attitude X2*, *Financial Behaviour X3*, *Financial Security System X4*, dan Tingkat Kebutuhan X5. berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Y. Hal ini disebabkan karena nilai *R Square Adjusted* yang didapatkan sebesar 0.531 yang artinya terletak diantara 0 dan 1 ($0 < R^2 < 1$), sehingga dapat diartikan bahwa seluruh variabel independen di dalam penelitian dapat menjelaskan adanya variabel dependen penelitian.

b. Q2 Predictive Relevance

Q2 Predictive Relevance disebut juga dengan *Predictive Sample Reuse*. Tujuan dari pengukuran ini adalah untuk menguji seberapa baik antara hasil observasi dengan prosedur *blindfolding* dengan melalui observasi Q^2 . Hasil observasi dikatakan baik jika $Q^2 > 0$. Begitu sebaliknya jika $Q^2 < 0$ artinya hasil observasi dikatakan tidak baik (Ghozali & Latan, 2015).

Tabel Q2 Predictive Relevance

Variabel	Q2 Predictive
Keputusan Pembelian Y.	0.424

Sumber: Data diolah, 2024

Tabel menunjukkan hasil pengamatan memberikan nilai yang baik, dikarenakan nilai $Q2 > 0$.

c. *Quality Indexes*

Selanjutnya pengukuran yang digunakan adalah *GoF index (Goodness of Fit)*. Pengukuran *GoF index* menguji hasil yang valid antara variabel eksogen dan endogen. Menurut Latan (2015) ada tiga penilaian indeks *GoF* yaitu (1) dalam kategori *GoF* rendah memiliki nilai 0,1, (2) dalam kategori *GoF* medium memiliki nilai 0,25, (3) dalam kategori *GoF* tinggi memiliki nilai 0,36.

$$\begin{aligned}
 \text{GoF} &= \sqrt{\text{AVE} \times R^2} \\
 &= \sqrt{0.681 \times 0.541} \\
 &= 0.606976935311384 \\
 &\approx 0.607
 \end{aligned}$$

Keterangan: $\text{AVE} = \text{Nilai rata - rata AVE}$ R^2

= Nilai rata – rata R^2

Pengujian goodness of fit model dengan nilai Q-square predictive relevance (Q) (Supriyanto & Maharani, 2013: 373). Pengujian dengan nilai Q tersebut menunjukkan nilai 0.607 atau 60.7%. Hasil ini mengindikasikan bahwa keragaman variabel dari Kepuasan Pembelian dapat dijelaskan oleh model secara keseluruhan sebesar 60,7%. Berdasarkan kriteria penilaian Q^2 nilai ini memiliki hasil lebih dari 0, yang artinya model memiliki predictive relevance.

d. Uji Hipotesis (*Bootstrapping*)

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui pengaruh signifikan antar variabel penelitian. Proses pengujian dilakukan berdasarkan nilai t-statistik dan t-tabel yang dihasilkan dari proses SmartPLS yang dijalankan. Apabila nilai yang diperoleh dari t-tabel lebih kecil dari t-statistik maka disimpulkan terdapat hubungan yang signifikan antar variabel penelitian yang diuji. Dapat dikatakan signifikan jika nilai t-statistik > 1,96. Begitu sebaliknya dikatakan tidak signifikan ketika nilai t-statistik < 1,96 (Ghozali & Latan, 2015).

Tabel Hasil Uji Hipotesis

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	Value T Statistics	P Values
Financial Attitude X2. -> Keputusan Pembelian Y.	0.221	0.213	0.061	3.653	0.000
Financial Behaviour X3. -> Keputusan Pembelian Y.	0.113	0.115	0.060	1.876	0.030
Financial Security System X4. -> Keputusan Pembelian Y.	0.159	0.171	0.095	1.667	0.048
Presepsi Risiko X1. -> Keputusan Pembelian Y.	-0.001	-0.006	0.060	0.013	0.495
Tingkat Kebutuhan X5. -> Keputusan Pembelian Y.	0.370	0.365	0.094	3.938	0.000
Literasi Keuangan Syariah Z. x Tingkat Kebutuhan X5. -> Keputusan Pembelian Y.	0.034	0.040	0.084	0.408	0.342

Literasi Keuangan Syariah Z. x Financial Security System X4. -> Keputusan Pembelian Y.	0.045	0.053	0.079	0.578	0.282
Literasi Keuangan Syariah Z. x Financial Behaviour X3. -> Keputusan Pembelian Y.	-0.003	0.007	0.062	0.041	0.484
Literasi Keuangan Syariah Z. x Financial Attitude X2. -> Keputusan Pembelian Y.	0.006	0.018	0.063	0.087	0.465
Literasi Keuangan Syariah Z. x Presepsi Risiko X1. -> Keputusan Pembelian Y.	0.011	0.034	0.070	0.160	0.436

Sumber: Data Diolah, (2024)

1. Presepsi Risiko Berpengaruh Pada Keputusan Pembelian

Berdasarkan uji statistik yang telah diselesaikan dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama tidak berpengaruh signifikan dengan nilai *T statistics* yang dihasilkan sebesar 0.013 yang artinya nilai *T statistics* yang dihasilkan kurang dari 1,96 dan nilai *P values* yang dihasilkan 0.495 yang mana melebihi dari 0,05

2. *Financial Attitude* Berpengaruh Pada Keputusan Pembelian

Berdasarkan uji statistik yang telah diselesaikan dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua berpengaruh positif signifikan atau diterima dengan nilai *T statistics* yang dihasilkan sebesar 3.653 yang artinya nilai *T statistics* yang dihasilkan lebih dari 1,96 dan nilai *P values* yang dihasilkan 0.000 yang mana kurang dari 0,05.

3. *Financial Behaviour* Berpengaruh Pada Keputusan Pembelian

Berdasarkan uji statistik yang telah diselesaikan dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga berpengaruh positif signifikan atau diterima dengan nilai *T statistics* yang dihasilkan sebesar 1.876 yang artinya nilai *T statistics* yang dihasilkan lebih dari 1,96 dan nilai *P values* yang dihasilkan 0.030 yang mana kurang dari 0,05.

4. *Financial Security System* Berpengaruh Pada Keputusan Pembelian

Berdasarkan uji statistik yang telah diselesaikan dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat berpengaruh positif signifikan atau diterima dengan nilai *T statistics* yang dihasilkan sebesar 1.667 yang artinya nilai *T statistics* yang dihasilkan lebih dari 1,96 dan nilai *P values* yang dihasilkan 0.048 yang mana

kurang dari 0,05.

5. Tingkat Kebutuhan Berpengaruh Pada Keputusan Pembelian

Berdasarkan uji statistik yang telah diselesaikan dapat disimpulkan bahwa hipotesis kelima berpengaruh positif signifikan atau diterima dengan nilai T statistics yang dihasilkan sebesar 3.938 yang artinya nilai T statistics yang dihasilkan lebih dari 1,96 dan nilai P values yang dihasilkan 0.000 yang mana kurang dari 0,05.

6. Literasi Keuangan Syariah Dapat Memperkuat Atau Memperlemah Presepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan uji statistik yang telah diselesaikan dapat disimpulkan bahwa hipotesis keenam tidak berpengaruh signifikan, Literasi keuangan syariah tidak memperkuat pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan pembelian, karena tidak didukung secara statistik, hal ini dikarenakan nilai T statistics yang dihasilkan sebesar 0.160 yang artinya nilai T statistic yang dihasilkan kurang dari 1,96 dan nilai P values dihasilkan 0.436 yang mana melebihi 0,05.

7. Literasi Keuangan Syariah Dapat Memperkuat Atau Memperlemah *Financial Attitude* Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan uji statistik yang telah diselesaikan dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketujuh tidak berpengaruh signifikan, Literasi keuangan syariah tidak memperkuat pengaruh *financial attitude* terhadap keputusan pembelian, karena tidak didukung secara statistik, hal ini dikarenakan nilai T statistics yang dihasilkan sebesar 0.087 yang artinya nilai T statistic yang dihasilkan kurang dari 1,96 dan nilai P values dihasilkan 0.465 yang mana melebihi 0,05.

8. Literasi Keuangan Syariah Dapat Memperkuat Atau Memperlemah *Financial Behaviour* Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan uji statistik yang telah diselesaikan dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedelapan tidak berpengaruh signifikan, Literasi keuangan syariah tidak memperkuat pengaruh *financial behaviour* terhadap keputusan pembelian, karena tidak didukung secara statistik, hal ini dikarenakan nilai T statistics yang dihasilkan

sebesar 0.041 yang artinya nilai T statistic yang dihasilkan kurang dari 1,96 dan nilai P values dihasilkan 0.484 yang mana melebihi 0,05.

9. Literasi Keuangan Syariah Dapat Memperkuat Atau Memperlemah *Financial Security System* Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan uji statistik yang telah diselesaikan dapat disimpulkan bahwa hipotesis kesembilan tidak berpengaruh signifikan, Literasi keuangan syariah tidak memperkuat pengaruh *financial security system* terhadap keputusan pembelian, karena tidak didukung secara statistik, hal ini dikarenakan nilai T statistics yang dihasilkan sebesar 0.578 yang artinya nilai T statistic yang dihasilkan kurang dari 1,96 dan nilai P values dihasilkan 0.282 yang mana melebihi 0,05.

10. Literasi Keuangan Syariah Dapat Memperkuat Atau Memperlemah Tingkat Kebutuhan Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan uji statistik yang telah diselesaikan dapat disimpulkan bahwa hipotesis kesepuluh tidak berpengaruh signifikan, Literasi keuangan syariah tidak memperkuat pengaruh tingkat kebutuhan terhadap keputusan pembelian, karena tidak didukung secara statistik, hal ini dikarenakan nilai T statistics yang dihasilkan sebesar 0.408 yang artinya nilai T statistic yang dihasilkan kurang dari 1,96 dan nilai P values dihasilkan 0.342 yang mana melebihi 0,05.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Persepsi Risiko Pada Keputusan Pembelian

Pada hasil pengujian hipotesis diketahui persepsi risiko tidak memiliki pengaruh terhadap Keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran *Paylater*. Gen Z, yang dikenal sebagai generasi yang sangat terhubung dengan teknologi, mungkin memiliki sikap yang lebih positif terhadap penggunaan teknologi baru seperti *Paylater*, meskipun ada risiko terkait dengan metode pembayaran ini. Hal ini bisa disebabkan oleh rendahnya kekhawatiran atau ketidakpastian yang mereka rasakan terkait dengan risiko finansial, karena mereka lebih terbiasa dengan solusi digital dan cenderung lebih percaya diri dalam mengelola keuangan mereka melalui teknologi. Dengan kata lain, meskipun mereka menyadari adanya risiko, sikap positif terhadap kenyamanan dan kemudahan yang ditawarkan oleh *Paylater* bisa mengurangi dampak persepsi risiko terhadap keputusan pembelian.

Selain itu, norma subjektif yang berhubungan dengan pengaruh sosial juga berperan penting. Gen Z cenderung dipengaruhi oleh tren dan perilaku kelompok, sehingga penggunaan Paylater bisa dianggap sebagai hal yang umum dan diterima di kalangan mereka, mengurangi pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan mereka. Kontrol perilaku yang dirasakan juga memainkan peran, di mana Gen Z merasa memiliki kontrol lebih besar terhadap keputusan pembelian dan pembayaran menggunakan Paylater, karena mereka lebih nyaman dengan teknologi dan transaksi digital. Hal ini menunjukkan bahwa faktor risiko belum menjadi hambatan utama dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yang memilih *Paylater*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Irsanyya et al., (2019) yang menyatakan bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian.

4.2.2 Pengaruh *Financial Attitude* Pada Keputusan Pembelian

Pada hasil pengujian hipotesis diketahui *financial attitude* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran *Paylater*. Jika seseorang memiliki sikap yang lebih positif terhadap pengelolaan keuangan dan melihat penggunaan Paylater sebagai cara yang praktis dan aman dalam memenuhi kebutuhan tanpa mengganggu stabilitas keuangan mereka, maka mereka akan lebih cenderung untuk menggunakan metode pembayaran tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa *financial attitude* yang baik, yang mencakup pengelolaan uang yang bijaksana dan perencanaan keuangan yang hati-hati, dapat memperkuat sikap positif terhadap penggunaan Paylater, dan pada akhirnya meningkatkan niat serta keputusan untuk membeli menggunakan metode tersebut.

Selain itu, dalam konteks Gen Z, yang cenderung lebih terbuka terhadap teknologi dan memiliki preferensi untuk kenyamanan dalam bertransaksi, *financial attitude* yang baik akan lebih mendorong mereka untuk memanfaatkan metode pembayaran digital seperti Paylater. Generasi ini cenderung lebih paham dengan teknologi dan lebih percaya diri dalam mengelola keuangan mereka melalui platform digital, sehingga memiliki *financial attitude* yang positif dapat memperkuat keputusan mereka untuk memilih Paylater sebagai pilihan pembayaran yang praktis dan terjangkau. Hasil penelitian ini sejalan dengan Tahir et al., (2021)

yang menyatakan bahwa sikap keuangan berdampak positif pada keseimbangan pengeluaran dan tabungan.

4.2.3 Pengaruh *Financial Behaviour* Pada Keputusan Pembelian

Pada hasil pengujian hipotesis diketahui *financial behavior* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran *Paylater*. Individu dengan *financial behavior* yang baik, seperti disiplin dalam mengelola pengeluaran dan membuat perencanaan keuangan yang matang, lebih cenderung merasa memiliki kontrol yang lebih besar terhadap keputusan finansial mereka, termasuk penggunaan *Paylater*. Mereka mungkin merasa lebih yakin dapat membayar cicilan tepat waktu dan menghindari masalah utang yang berlebihan, sehingga mempengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan *Paylater*. Selain itu, sikap terhadap perilaku dalam TPB mencerminkan bagaimana individu menilai manfaat atau kerugian dari suatu tindakan, dan orang dengan *financial behavior* yang baik akan lebih cenderung melihat penggunaan *Paylater* sebagai alternatif pembayaran yang aman dan terkelola dengan baik.

Dalam konteks Gen Z, yang sangat akrab dengan teknologi dan platform digital, *financial behavior* yang baik akan mempermudah mereka untuk memanfaatkan teknologi pembayaran seperti *Paylater*. Gen Z sering kali lebih terhubung dengan berbagai aplikasi digital, dan mereka memiliki lebih banyak peluang untuk mengelola keuangan mereka dengan bantuan aplikasi atau fitur digital yang lebih modern. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Noviola, (2021) yang menyatakan bahwa perilaku keuangan memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

4.2.4 Pengaruh *Financial Security System* Pada Keputusan Pembelian

Pada hasil pengujian hipotesis diketahui *financial security system* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran *Paylater*. Dalam konteks Theory of Planned Behavior (TPB), kontrol perilaku yang dirasakan menjadi sangat relevan. Gen Z, dengan pemahaman dan kemudahan akses terhadap alat pengelolaan keuangan digital, merasa memiliki kontrol lebih besar terhadap keputusan mereka untuk menggunakan *Paylater*. Dengan adanya sistem keamanan finansial yang memadai, mereka dapat

mengurangi kekhawatiran tentang kemampuan membayar cicilan atau utang, yang pada gilirannya memperkuat niat mereka untuk menggunakan metode pembayaran ini. Sikap terhadap perilaku juga turut berperan. Gen Z yang merasa aman secara finansial mungkin lebih cenderung melihat penggunaan Paylater sebagai cara yang efisien dan aman dalam berbelanja, karena mereka percaya bahwa mereka dapat mengelola pembayaran dalam jangka panjang tanpa kesulitan. Keamanan finansial ini juga memengaruhi bagaimana mereka menilai risiko yang terkait dengan penggunaan Paylater, sehingga mereka cenderung lebih yakin dalam menggunakan metode pembayaran ini. Selain itu, norma subjektif di kalangan Gen Z juga dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan komunitas digital mereka. Jika mereka merasa bahwa menggunakan Paylater adalah pilihan yang diterima secara sosial dan dapat dikelola dengan baik, dan jika mereka merasa memiliki kontrol penuh atas keuangan mereka berkat sistem keamanan finansial yang kuat, mereka lebih cenderung untuk menggunakan metode pembayaran ini tanpa rasa khawatir. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aini & susanti (2021) yang menemukan bahwa dengan peningkatan keamanan pembayaran maka keputusan pembelian di pasar akan meningkat juga.

4.2.5 Pengaruh Tingkat Kebutuhan Pada Keputusan Pembelian

Pada hasil pengujian hipotesis diketahui tingkat kebutuhan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran *Paylater*. Tingkat kebutuhan yang tinggi akan meningkatkan niat untuk membeli, dan Paylater sebagai metode pembayaran menawarkan solusi untuk memenuhi kebutuhan ini tanpa harus membayar secara langsung penuh di muka. Dalam hal ini, sikap terhadap perilaku dalam TPB akan menjadi sangat penting. Individu dengan tingkat kebutuhan tinggi yang melihat Paylater sebagai alternatif pembayaran yang praktis dan sesuai dengan kebutuhan mereka akan cenderung memiliki sikap positif terhadap penggunaan Paylater. Mereka menganggap bahwa menggunakan Paylater adalah cara yang efektif untuk segera memenuhi kebutuhan mereka tanpa merasa terbebani secara finansial pada saat itu.

Dalam konteks Gen Z, yang dikenal dengan kecenderungannya untuk mengakses dan menggunakan teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari, tingkat kebutuhan ini menjadi faktor yang memperkuat penggunaan Paylater. Gen Z sering kali lebih cepat terpengaruh oleh kebutuhan mereka, baik itu untuk

keperluan sehari-hari atau untuk pembelian barang yang lebih canggih. Mereka lebih cenderung menggunakan metode pembayaran yang menawarkan kemudahan, dan Paylater memberikan fleksibilitas dalam memenuhi kebutuhan yang mendesak tanpa perlu menunggu atau menunda pembelian. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bari et al., (2022) menyatakan kebutuhan sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

4.2.6 Peran Moderasi Literasi Keuangan Syariah Pada Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian

Pada hasil pengujian hipotesis diketahui literasi keuangan syariah tidak mampu memoderasi hubungan antara persepsi risiko terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran *Paylater*. Gen Z mungkin merasa bahwa meskipun mereka memahami prinsip-prinsip keuangan syariah, mereka tidak memiliki kontrol yang cukup atas kewajiban pembayaran yang dapat timbul dari penggunaan *Paylater*, apalagi jika mereka tidak memiliki perencanaan keuangan yang matang. Selain itu, norma subjektif juga bisa berperan. Gen Z sangat dipengaruhi oleh opini dan pengaruh dari teman sebaya atau komunitas online mereka. Jika mereka merasa bahwa penggunaan *Paylater* diterima oleh lingkungan sosial mereka, meskipun dengan risiko yang ada, mereka tetap memilih untuk menggunakannya, bahkan jika mereka mengetahui risiko finansialnya.

4.2.7 Peran Moderasi Literasi Keuangan Pada *Financial Attitude* Terhadap Keputusan Pembelian

Pada hasil pengujian hipotesis diketahui literasi keuangan syariah tidak mampu memoderasi hubungan antara *financial attitude* terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran *Paylater*. Hal ini terjadi karena sikap finansial yang terbentuk pada Gen Z lebih dipengaruhi oleh faktor-faktor praktis dan gaya hidup, bukan semata-mata oleh pemahaman teoritis tentang prinsip keuangan syariah. Dalam hal ini, meskipun mereka mungkin memahami konsep keuangan yang sesuai syariah, mereka cenderung lebih fokus pada kenyamanan dan kemudahan yang ditawarkan oleh *Paylater*, sehingga sikap positif terhadap metode pembayaran ini tetap kuat.

Dalam kerangka Theory of Planned Behavior (TPB), sikap terhadap perilaku mempengaruhi niat dan keputusan untuk melakukan suatu perilaku, yaitu

penggunaan Paylater. Meskipun literasi keuangan syariah dapat memberikan wawasan tambahan mengenai pengelolaan uang secara syariah, kontrol perilaku yang dirasakan dan norma subjektif yang dimiliki Gen Z lebih dominan. Mereka merasa lebih nyaman menggunakan Paylater karena kemudahannya, meskipun mereka memahami prinsip-prinsip keuangan syariah. Kontrol perilaku yang dirasakan juga berperan, terutama jika mereka merasa dapat mengelola pembayaran dan tidak terjerat utang.

4.2.8 Peran Moderasi Literasi Keuangan Pada *Financial Behaviour* Terhadap Keputusan Pembelian

Pada hasil pengujian hipotesis diketahui literasi keuangan syariah tidak mampu memoderasi hubungan antara *financial behavior* terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran *Paylater*. Gen Z dikenal memiliki gaya hidup yang sangat terhubung dengan teknologi dan lebih cenderung mengadopsi metode pembayaran yang fleksibel dan praktis, seperti Paylater. Meskipun literasi keuangan syariah memberikan pemahaman tentang pengelolaan keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, hal ini tampaknya tidak cukup untuk memoderasi hubungan antara *financial behavior* mereka dan keputusan untuk menggunakan Paylater.

Dalam Theory of Planned Behavior (TPB), perilaku finansial (*financial behavior*) berhubungan dengan kontrol perilaku yang dirasakan, yaitu persepsi individu tentang kemudahan atau kesulitan dalam melakukan suatu tindakan. Meskipun Gen Z memiliki pengetahuan tentang literasi keuangan syariah, mereka tidak merasa terhambat untuk menggunakan Paylater jika mereka percaya bahwa mereka bisa mengontrol pembayaran dan mengelola keuangan mereka dengan baik. Dengan kata lain, meskipun mereka paham tentang prinsip keuangan syariah, kontrol perilaku yang dirasakan dan kenyamanan penggunaan Paylater lebih mendominasi dalam keputusan mereka.

Selain itu, norma subjektif dalam TPB juga dapat berpengaruh. Jika Gen Z merasa bahwa penggunaan Paylater diterima atau bahkan populer dalam lingkungannya (misalnya, teman sebaya atau influencer sosial), mereka mungkin tetap memilih untuk menggunakan metode tersebut meskipun mereka memiliki pemahaman tentang keuangan syariah. Norma sosial ini dapat lebih kuat memengaruhi perilaku mereka daripada literasi keuangan syariah.

4.2.9 Peran Moderasi Literasi Keuangan Pada *Financial Security System* Terhadap Keputusan Pembelian

Pada hasil pengujian hipotesis diketahui literasi keuangan syariah tidak mampu memoderasi hubungan antara *financial security system* terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran *Paylater*. Dalam konteks Gen Z, meskipun mereka mulai memiliki pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya *financial security*, mereka juga dikenal lebih cenderung mengutamakan kenyamanan dan kemudahan dalam melakukan transaksi finansial, seperti menggunakan metode pembayaran *Paylater*. Meskipun literasi keuangan syariah memberikan pemahaman tentang bagaimana pengelolaan keuangan sesuai dengan prinsip syariah dapat memberikan rasa aman, Gen Z lebih dipengaruhi oleh faktor kenyamanan dan fleksibilitas yang ditawarkan oleh *Paylater*, daripada penerapan prinsip syariah dalam mengelola keuangan mereka

Dalam Theory of Planned Behavior (TPB), norma subjektif dalam TPB juga berpengaruh. Jika penggunaan *Paylater* diterima secara luas di lingkungan sosial mereka, meskipun mereka memahami pentingnya literasi keuangan syariah, mereka mungkin tetap cenderung memilih metode pembayaran ini karena pengaruh sosial yang kuat. Norma sosial ini dapat mempengaruhi perilaku mereka lebih dari pada prinsip-prinsip keuangan syariah.

4.2.10 Peran Moderasi Literasi Keuangan Pada Tingkat Kebutuhan Terhadap Keputusan Pembelian

Pada hasil pengujian hipotesis diketahui literasi keuangan syariah tidak mampu memoderasi hubungan antara tingkat kebutuhan terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran *Paylater*. Tingkat kebutuhan berkaitan dengan sejauh mana seseorang merasa membutuhkan suatu produk atau layanan. Pada Gen Z, tingkat kebutuhan sering kali dipengaruhi oleh faktor instan dan sosial, seperti keinginan untuk memenuhi gaya hidup atau mengikuti tren. *Paylater* sebagai metode pembayaran memungkinkan mereka untuk membeli barang meskipun belum memiliki dana penuh saat itu, memberikan kebebasan dan kenyamanan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan mereka tanpa harus menunda pembelian. Faktor ini menunjukkan bahwa tingkat kebutuhan lebih terkait dengan kenyamanan dan kemampuan untuk membeli tanpa beban langsung, yang

lebih dipengaruhi oleh faktor praktis dan sosial daripada oleh pemahaman tentang literasi keuangan syariah.

Dalam Theory of Planned Behavior (TPB), sikap terhadap perilaku dan kontrol perilaku yang dirasakan mempengaruhi keputusan untuk melakukan suatu tindakan. Meskipun literasi keuangan syariah memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang cara mengelola keuangan secara etis sesuai dengan prinsip syariah, kontrol perilaku yang dirasakan dalam menggunakan Paylater dan kenyamanan yang ditawarkannya bisa lebih berpengaruh pada Gen Z. Jika mereka merasa dapat mengelola pembayaran dan memenuhi kebutuhan mereka secara praktis dan instan, maka faktor ini lebih dominan dalam keputusan pembelian mereka daripada pertimbangan literasi keuangan syariah. Selain itu, norma subjektif dalam TPB juga dapat berperan besar. Gen Z sering terpapar pada pengaruh sosial yang kuat, termasuk tren penggunaan metode pembayaran seperti Paylater di kalangan teman sebaya atau di media sosial. Oleh karena itu, meskipun mereka memahami prinsip-prinsip keuangan syariah, mereka lebih cenderung dipengaruhi oleh norma sosial yang mendorong mereka untuk menggunakan Paylater sebagai alat yang memudahkan mereka memenuhi kebutuhan mereka segera.

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji dan juga pembahasan yang sudah di jelaskan maka kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Persepsi risiko tidak memiliki pengaruh terhadap Keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran *Paylater*.
2. *Financial attitude* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran *Paylater*.
3. *Financial behavior* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran *Paylater*.
4. *Financial security system* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran *Paylater*.
5. Tingkat kebutuhan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran *Paylater*.
6. Literasi keuangan syariah tidak mampu memoderasi hubungan antara persepsi risiko terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran *Paylater*.
7. Literasi keuangan syariah tidak mampu memoderasi hubungan antara *financial attitude* terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran *Paylater*.
8. Literasi keuangan syariah tidak mampu memoderasi hubungan antara *financial behavior* terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran *Paylater*.
9. Literasi keuangan syariah tidak mampu memoderasi hubungan antara *financial security system* terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran *Paylater*.
10. Literasi keuangan syariah tidak mampu memoderasi hubungan antara tingkat kebutuhan terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran *Paylater*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, beberapa saran dapat diberikan bagi perusahaan untuk meningkatkan efektivitas penggunaan metode pembayaran *Paylater*. Pertama, karena sikap dan perilaku keuangan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian, perusahaan disarankan untuk mengadakan kampanye edukasi mengenai pengelolaan keuangan yang bijak saat menggunakan *Paylater*. Dengan menonjolkan manfaat *Paylater* sekaligus memberikan informasi tentang pengelolaan anggaran, perusahaan dapat membantu konsumen dalam menghindari risiko keuangan. Selain itu, perusahaan perlu memperkuat keamanan sistem transaksi, seperti dengan menyediakan fitur verifikasi ganda atau notifikasi transaksi, karena keamanan terbukti penting dalam membangun kepercayaan konsumen. Penawaran yang fleksibel, seperti variasi tenor pembayaran dan batas kredit yang sesuai dengan kemampuan konsumen, juga dapat membantu meningkatkan minat penggunaan *Paylater*, terutama bagi konsumen dengan kebutuhan yang bervariasi.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengeksplorasi lebih lanjut mengenai peran literasi keuangan syariah sebagai faktor moderasi dengan mempertimbangkan aspek-aspek budaya, nilai keagamaan, atau preferensi khusus pada konsumen yang berorientasi syariah. Studi ini juga dapat memperluas variabel yang diteliti, seperti menambahkan faktor-faktor psikologis atau sosial yang mungkin memengaruhi keputusan penggunaan *Paylater*, guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif. Selain itu, penelitian berikutnya dapat mempertimbangkan demografi lain, seperti tingkat pendapatan atau latar belakang pendidikan, untuk menganalisis bagaimana karakteristik berbeda memengaruhi persepsi risiko dan penggunaan *Paylater*. Penelitian lanjutan dengan sampel lebih luas dan beragam dapat memperkuat generalisasi hasil dan memberikan wawasan yang lebih mendalam bagi pengembangan metode pembayaran *Paylater*.

Keterbatasan dalam penelitian ini terletak pada fokus variabel yang diteliti, yaitu persepsi risiko, sikap keuangan, perilaku keuangan, sistem keamanan finansial, tingkat kebutuhan, dan literasi keuangan syariah terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran *Paylater*. Penelitian ini terbatas pada

objek penelitian yang hanya mencakup penggunaan Paylater sebagai metode pembayaran, dengan ruang lingkup yang terbatas pada pengguna Paylater di wilayah Malang. Selain itu, penelitian ini tidak mengadopsi kriteria yang lebih spesifik dalam pemilihan sampel, seperti tingkat pendapatan, latar belakang pendidikan, atau status pekerjaan, yang dapat mempengaruhi hasil penelitian. Keterbatasan ini perlu dipertimbangkan dalam menafsirkan temuan yang diperoleh, serta dalam pengembangan penelitian lebih lanjut dengan cakupan yang lebih luas dan lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial least square (PLS) : alternatif structural equation modeling (SEM) dalam penelitian bisnis / Willy Abdillah, Jogiyanto Hartono ; editor: Dwi Prabantini* (D. Prabantini, Ed.; 1st ed.). andi.
- Agustiningrum, D., & Andjarwati, A. L. (2021). Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya. In *Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 9).
- Aini, F. N., & Susanti. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Kepercayaan, Dan Keamanan Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace. *E-JURNAL EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS UDAYANA*, 10. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/index>
- Albaity, M., & Rahman, M. (2019). The intention to use Islamic banking: an exploratory study to measure Islamic financial literacy. *International Journal of Emerging Markets*, 14(5), 988–1012. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-05-2018-0218>
- Alfarizi, M. (2022). Determination of the Intention of MSMEs Owners Using Sharia Cooperatives in Improving Indonesian Islamic Economic Empowerment Determinasi Niat Pemilik UMKM Menggunakan Koperasi Syariah dalam Dorongan Pemberdayaan Ekonomi Islam Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 9(6). <https://doi.org/10.20473/vol9iss20226pp834-849>
- Ananda Rustam, T. (2022). *Analisis Financial Literacy dan Financial Attitude Terhadap Financial Management Behavior Dan Financial Satisfaction*.
- Andrew, J., & Erdiansyah, R. (2021). *Analisis Pengaruh E-WOM, Online Review, dan Kualitas Informasi terhadap Minat Beli di Market Place Tokopedia*.
- Annur, C. M. (2023, November 6). *Proyeksi Nilai Transaksi Bruto/ GMV Ekonomi Digital Indonesia Berdasarkan Sektor (2023)*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/06/e-commerce-sektor-penyumbang-ekonomi-digital-terbesar-indonesia-pada-2023>
- Arianti, B. F. (2018). The Influence Of Financial Literacy, Financial Behavior And Income On Investment Decision. *EAJ (Economic and Accounting Journal)*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.32493/eaj.v1i1.y2018.p1-10>
- Asnawi, A. (2022). Sikap Dan Persepsi Mahasiswa Di Surabaya Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *E-Qien Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1).
- Bari, A., Hidayat, R., Hirarki Maslow, T., Pembelian, K., Merek, C., Studi Manajemen, P., Ekonomi dan Bisnis, F., Muhammadiyah Palembang Alamat, U., Jend Ahmad Yani, J., & Palembang Sumatera Selatan, U. (2022). Teori Hirarki Kebutuhan Maslow Terhadap Keputusan Pembelian Merek Gadget. *MOTIVASI*. <http://jurnal.um-palembang.ac.id/motivasi>

- Bimantara, B. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Risiko Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Ekspedisi J&T Express Samarinda*. 8(3), 258–264.
- Candera, M., Afrilliana, N., & Ahdan, R. (2020). Peran Literasi Keuangan Syariah dalam memoderasi Pengaruh Demografi terhadap Minat Menabung Pada Perbankan Syariah. *Jurnal Manajemen Motivasi*, 16(1), 1. <https://doi.org/10.29406/jmm.v16i1.2069>
- Dewi, D. N. A. R. (2014). *persepsi risiko, sikap risiko dan karakteristik kepribadian*.
- Fünfgeld, B., & Wang, M. (2009). Attitudes and behaviour in everyday finance: Evidence from Switzerland. *International Journal of Bank Marketing*, 27(2), 108–128. <https://doi.org/10.1108/02652320910935607>
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0 untuk penelitian empiris* (2nd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamid, R. S., & M Anwar, S. (2019). *STRUCTURAL EQUATION MODELING (SEM) BERBASIS VARIAN: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis*. www.institutpenulis.id
- Hartanto, A. Y. (2022, October 28). *Apakah Gen Z Terlalu Boros dalam Menggunakan Paylater?* TIRTO.ID.
- Herdjiono, I., & Damanik, A. (2016). *Pengaruh Financial Attitude, Financial Knowledge, Parental Income Terhadap Financial Management Behavior*.
- Herlyna, S., & Kusumaningsih, L. P. S. (2023). Hubungan Financial Behavior Dan Kontrol Diri Dengan Dissaving Behavior Pengguna Layanan Shopee Paylater Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang. *Unissula*, 2.
- Irawan, I. A. (2018). *Effect of Trust, Convinience, Security and Quality of Service Effect Of Trust, Convinience, Security And Quality Of Service On Online Purchase Decision (Consumer Case Study In Tangerang Selatan Area)*.
- Irsanyya, K. D., Hurriyati, R., & Hendrayati, H. (2024). *The Effect of E-Service Quality and Perceived Risk on Purchase Decisions Using the Paylater Payment Method* (pp. 447–457). https://doi.org/10.2991/978-94-6463-234-7_44
- Iswah, N. S., & Soenhadji, M. I. (2020). *Pemanfaatan Pembiayaan Usaha Melalui Fasilitas Pinjaman Mikro Non-Bank (Fintech) Berbasis Aplikasi Online*.
- Jogiyanto H.M. (2007). *Sistem informasi keperilakuan / Jogiyanto* (1st ed.). ANDI.

- Kasanah, N. (2021a). *Pengaruh Kebutuhan Dan Gaya Hidup Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Pusat Jims Honey Desa Pancur, Kec. Mayong, Kab. Jepara)*. Perpustakaan IAIN Kudus.
- Kasanah, N. (2021b). *Pengaruh Kebutuhan Dan Gaya Hidup Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Pusat Jims Honey Desa Pancur, Kec. Mayong, Kab. Jepara)*. IAIN KUDUS.
- Kasanah, N. (2021c). *Pengaruh Kebutuhan Dan Gaya Hidup Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Pusat Jims Honey Desa Pancur, Kec. Mayong, Kab. Jepara)*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management. 14th edition* (14th ed.). Upper Saddle River, NJ Pearson Education Limited , 2012.
- Kumar, S., & Nayak, J. K. (2024). Understanding the intricacies of risky indebtedness, impulse buying and perceived risk in buy-now-pay-later adoption. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. <https://doi.org/10.1108/APJML-08-2023-0759>
- Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). *Metode penelitian kuantitatif* (1st ed.). Deepublish.
- Mahadi, T. (2023, January 18). *Pengguna Paylater Didominasi Gen Z, Bagaimana Kemampuan Bayarnya?* Kontan.Co.Id. <https://keuangan.kontan.co.id/news/pengguna-Paylater-didominasi-gen-z-bagaimana-kemampuan-bayarnya-1>
- Mahyarni. (2013). *Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis Tentang Perilaku)*.
- Malhotra, N. K. (2006). *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan* (4th ed.). Indeks.
- Nguyen, L., Gallery, G., & Newton, C. (2019). The joint influence of financial risk perception and risk tolerance on individual investment decision-making. *ACCOUNTING AND FINANCE*, 59.
- Noviola, A. (2021). *Pengaruh Financial Literacy, Financial Attitude, Financial Behavior Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Marketplace Shopee*. UNIVERSITAS PUTRA INDONESIA.
- Nuccio, M., & Guerzoni, M. (2019). Big data: Hell or heaven? Digital platforms and market power in the data-driven economy. *Competition and Change*, 23(3), 312–328. <https://doi.org/10.1177/1024529418816525>
- onassis. (2023, March 23). *Inilah Pengertian dan 5 Manfaat Security System bagi Rumah Anda*. Onassis. <https://www.onassis-hardware.com/article/security-system/>
- Ong, V., & Nuryasman MN. (2022). Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan, Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Penggunaan Linkaja. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(2), 516–524.

- Oseifuah, E. K. (2010). Financial literacy and youth entrepreneurship in South Africa. *African Journal of Economic and Management Studies*, 1(2), 164–182. <https://doi.org/10.1108/20400701011073473>
- Panggabean, A. N. (2021). Memahami Dan Mengelola Transformasi Digital. *E-Business Strategy and Implementation*.
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 101–134. <https://doi.org/10.1080/10864415.2003.11044275>
- Perwitasari, A. S. (2023, July 6). *Pengguna Paylater Melonjak 33,25% Hingga Mei 2023*. Kontan.Co.Id. <https://keuangan.kontan.co.id/news/pengguna-Paylater-melonjak-3325-hingga-mei-2023>
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran edisi. 9 buku. 2*. Salemba Empat.
- Prastiwi, A. S. A. (2011). *Persepsi Mahasiswa Akuntansi Terhadap Pengungkapan Kecurangan (Studi Empiris pada Mahasiswa Akuntansi UNDIP dan UGM) / PERSEPSI MAHASISWA AKUNTANSI TERHADAP PENGUNGKAPAN KECURANGAN (Studi Empiris pada Mahasiswa Akuntansi UNDIP dan UGM)*.
- Prastiwi, I. E., & Fitria, T. N. (2021). Konsep Paylater Online Shopping dalam Pandangan Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 425. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1458>
- Pusparani, A., & Krisnawati, A. (2019). Analisis Pengaruh Financial Literacy Dan Financial Attitudeterhadap Financial Behaviorpada Siswa Sekolah Menengah Pertama Di Kota Bandung. *Jurnal Mitra Manajemen*.
- Putri, R., & Siregar, Q. R. (2022). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pada Pelaku Umkm Ayam Penyet Di Desa Laut Dendang. *Jurnal AKMAMI (Akutansi, Manajemen, Ekonomi)*, 3(3).
- Putri, S. Y., & Ompusunggu, H. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Generasi Milenial Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Desember*, 737–747. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10403769>
- Rahayu, A. (2022). *Teknik Pengambilan Sampel*. Binus University. <https://binus.ac.id/malang/2022/08/teknik-pengambilan-sampel/>
- Rahayu, L. D. (2022). *Pengaruh Persepsi Risiko dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater (Studi Kasus Mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto)*.
- Rizkinaswara, L. (2021). *Transformasi Digital Sektor Strategis*. Kominfo. <https://aptika.kominfo.go.id/2020/01/transformasi-digital-sektor-strategis/>

- Salsabilla, T., & Adlina, H. (2023). Entrepreneurship & Creative Industry TANTANGAN E-COMMERCE DALAM TRANSFORMASI DIGITAL PADA UMKM DI INDONESIA. In *Journal Business Administration (JBA)* (Vol. 2, Issue 2). <https://talenta.usu.ac.id/jba/index>
- Sari, B., & Mahanani, E. (2017). Analisis Pengaruh Harga, Produk, Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Telon Lang (Survei Event CSR PT. Eagle Indo Pharma). *Jurnal STEI Ekonomi*, 26(2).
- Sari, R. (2021a). Pengaruh Penggunaan *Paylater* Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(1), 44.
- Sari, R. (2021b). Pengaruh Penggunaan *Paylater* Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia Rahmatika Sari. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(1), 44.
- Sebayang, T. E., Sheldon, A. N., & Rezky Hendryanto, B. (2023). *The Role Of Perceived Ease Of Use And Perceived Risk Towards E-Commerce Paylater Adoption In Indonesia*. <http://sceco.ub.ro>
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian pendidikan : (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D)*. Alfabeta.
- Suharman. (2019). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Aplikasi Online Start-Up Di Kota Medan. *JURNAL RISET BISNIS DAN MANAJEMEN*, 7.
- Sukayana, K., & Sinarwati, N. K. (2019). *Analisis Pengaruh Financial Behaviour dan Actual Use Digital Payment System Analisis Pengaruh Financial Behaviour dan Actual Use Digital Payment System Terhadap Pendapatan Usaha Sektor UMKM di Bali*. <https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi->
- Susanti, F. (2018). *Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Pada E-Commerce Lazada.Co.Id (Studi Pada Mahasiswa Jurusan SI Manajemen "Stie KBP" Padang)*.
- Syafira, A. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Faktor Demografi, Financial Attitude, Dan Pengalaman Keuangan Terhadap Penggunaan Kartu Kredit Generasi Milenial. *Indonesia Banking School*.
- Tahir, M. S., Richards, D. W., & Ahmed, A. D. (2021). *Financial Literacy, Attitudes, and Financial Satisfaction: An Assessment of Credit Card Debt-Taking Behavior of Australians*. <https://www.thinkforwardinitiative.com/research/addressing-the-challenge-of-problematic->
- Takaendengan, L. A. (2015). *The Influence Of Personal Financial Knowledge And Personal Financial Attitude Towards Buying Decision Using Credit Card In Manado City*.

- Thohari, C. C., & Hakim, L. (2021). *Peran Religiusitas Sebagai Variabel Moderating Pembelajaran Perbankan Syariah, Literasi Keuangan Syariah, Product Knowledge Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah* (Vol. 9, Issue 1).
- W. Gulo. (2010). *Metodologi Penelitian*. Gramedia.
- Wai THAM, K., Dastane, O., Johari, Z., & Binti ISMAIL, N. (2019). Perceived Risk Factors Affecting Consumers' Online Shopping Behaviour. *Nurlida Binti ISMAIL / Journal of Asian Finance*, 6(4), 245–256. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2019.vol6.no4.245>
- Wiranto, J. (2023). Hubungan Pembelian Compulsive Dan Literasi Keuangan Islam Dengan Kecenderungan Berhutang Shopee *Paylater* Pada Mahasiswa Univeritas Islam Sultan Agung Semarang. *Unissula*.
- Yanti, L. M. (2021). Pengaruh Pemahaman dan Kebutuhan Terhadap Keputusan Masyarakat Kecamatan Beutong Kabupaten Nagan Raya dalam Memilih Produk di Bank Aceh Syariah. *UIN Ar-Raniry*.
- Yulianto, A. (2018). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Atau Jasa Lembaga Keuangan Syariah*.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1: Hasil Turnitin



Lampiran 2: Bukti Konsultasi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

JURNAL BIMBINGAN SKRIPSI

IDENTITAS MAHASISWA:

NIM : [200501110146](#)
Nama : Derinayu Marafi
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Dosen Pembimbing : Feri Dwi Riyanto, M.E., CPMM., CFP
Judul Skripsi : **ANALISIS FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN METODE PEMBAYARAN PAYLATER (STUDI PADA GEN Z PENGGUNA FITUR PAYLATER DIMALANG RAYA)**

JURNAL BIMBINGAN :

No	Tanggal	Deskripsi	Tahun Akademik	Status
1	24 November 2023	Pengajuan Outline	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
2	5 Januari 2024	Pentuan Judul Skripsi	Genap 2023/2024	Sudah Dikoreksi
3	13 Maret 2024	Bimbingan Proposal Skripsi Bab 1,2, dan 3	Genap 2023/2024	Sudah Dikoreksi
4	20 Maret 2024	Revisi Proposal Skripsi Bab 1, 2, dan 3	Genap 2023/2024	Sudah Dikoreksi
5	23 Maret 2024	Revisi Proposal Skripsi Bab 1, 2, dan 3	Genap 2023/2024	Sudah Dikoreksi
6	29 Agustus 2024	Revisi Seminar Proposal	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
7	5 November 2024	Olah Data	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
8	8 November 2024	Revisi Bab IV	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
9	13 November 2024	Bab IV dan V	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi

Malang, 13 November 2024
Dosen Pembimbing



Feri Dwi Riyanto, M.E., CPMM., CFP

Lampiran 3: Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

**Kepada Yth:
Sdr/i Responden
Di Tempat**

Dengan Hormat,

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Derinayu Marafi

NIM : 200501110146

Program Studi : S1 Manajemen

Perguruan Tinggi : Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim
Malang

Mohon kesediaan dari Sdr/i untuk dapat berpartisipasi dalam mengisi kuesioner penelitian ini, berkaitan dengan penyusunan skripsi yang berjudul Analisis Faktor Penentu Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran *Paylater* (Studi Pada Gen Z Pengguna Fitur *Paylater* Di Malang Raya). Oleh karena itu, mohon kesediaanya untuk mengisi kuesioner ini dengan sejujur-jujurnya. Kuesioner ini hanya untuk kepentingan penelitian dalam penyusunan skripsi dan tidak untuk dipublikasikan sehingga kerahasiaan data yang diisi akan tetap dijaga.

Atas kerjasama yang baik dan kesungguhan Sdr/i dalam mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya

Derinayu Marafi

NIM. 200501110146

A. Identitas Responden

1. Usia:

- 12 - 15 Tahun
- 16 - 19 Tahun
- 20 - 23 Tahun
- 24 - 27 Tahun

2. Jenis kelamin:

- Laki-laki
- Perempuan

3. Alamat domisili

- Kabupaten Malang
- Kota Malang
- Kota Batu

4. Status pekerjaan

- Pelajar / Mahasiswa
- Karyawan Swasta
- Wiraswasta
- Belum Bekerja
- Lainnya

5. Apakah Anda pernah menggunakan produk *Paylater*

- Pernah
- Tidak Pernah

6. Produk *Paylater* yang sering Anda pakai

- Shopee *Paylater*
- Go*Paylater*
- Kredivo *Buy Now Pay Later*
- Akulaku *Paylater*
- Traveloka *Paylater*
- Home Credit
- Indodana *Paylater*
- Atome

7. Durasi penggunaan produk layanan *Paylater*

- 1 - 3 kali
 4 - 7 kali
 8 - 10 kali
 >10 kali

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Silahkan Saudara/i pilih jawaban yang paling sesuai dengan kondisi yang dialami/dirasakan diri sendiri dengan memberikan tanda checklist (√) pada pilihan jawaban yang tersedia.

Keterangan:

STS (1) = Sangat Tidak Setuju

TS (2) = Tidak Setuju

RG (3) = Ragu-Ragu

S (4) = Setuju

SS (5) = Sangat Setuju

1. Presepsi Risiko

No.	Pertanyaan	STS	TS	RG	S	SS
1.	Saya dapat terlilit hutang jika saya menggunakan <i>Paylater</i>					
2.	Saya akan menambah beban keuangan bulanan jika saya menggunakan <i>Paylater</i>					
3.	Apabila saya tidak membayar tagihan <i>Paylater</i> tepat waktu, maka saya akan dikenakan denda terlambat bayar					
4.	Keputusan saya untuk menggunakan <i>Paylater</i> mengandung risiko					

2. *Financial Attitude*

No.	Pertanyaan	STS	TS	RG	S	SS
1.	Mempunyai anggaran merupakan strategi penting dalam keuangan					
2.	Penting untuk memikirkan/merencanakan keuangan					
3.	Melakukan pencatatan keuangan merupakan hal yang penting untuk keuangan					
4.	Tabungan pribadi akan saya gunakan sebagai dana darurat					

3. *Financial Behaviour*

No.	Pertanyaan	STS	TS	RG	S	SS
1.	Saya mendahulukan kebutuhan yang paling utama terlebih dahulu dalam anggaran belanja					
2.	Saya menabung secara periodik atau rutin					
3.	Saya menabungkan segera sisa uang atau pendapatan tidak terduga					
4.	Saya menggunakan tabungan untuk membiayai operasional usaha saya					
5.	Saya menyisihkan sejumlah dana untuk pengeluaran tidak terduga					
6.	Saya membayar tagihan tepat waktu					
7.	Saya membandingkan antara pendapatan dan pengeluaran					

4. Financial Security System

No.	Pertanyaan	STS	TS	RG	S	SS
1.	Saya merasa data pribadi yang saya berikan akan dijaga kerahasiaannya oleh pihak <i>Paylater</i>					
2.	Saya akan menggunakan <i>Paylater</i> walaupun saya harus mengunggah data pribadi saya ke internet					
3.	Saya yakin data transaksi di <i>Paylater</i> terjamin kerahasiannya					
4.	Saya yakin transaksi saya di <i>Paylater</i> aman dan terlindungi					
5.	Saya merasa pembayaran tagihan <i>Paylater</i> mudah dan aman					
6.	Kebijakan keamanan <i>Paylater</i> jelas dan mudah dimengerti					

5. Tingkat Kebutuhan

No.	Pertanyaan	STS	TS	RG	S	SS
1.	Produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan saya					
2.	Saya membutuhkan produk <i>Paylater</i> yang tidak bertentangan dengan syariat Islam					
3.	<i>Paylater</i> mampu membantu kesulitan saya					
4.	<i>Paylater</i> memudahkan kehidupan sosial saya					

6. Keputusan Pembelian

No.	Pertanyaan	STS	TS	RG	S	SS
1.	Produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan saya					
2.	Saya membutuhkan produk <i>Paylater</i> yang tidak bertentangan dengan syariat Islam					
3.	<i>Paylater</i> mampu membantu kesulitan saya					
4.	Saya akan menyarankan kepada orang lain untuk menggunakan <i>Paylater</i>					
5.	Saya yakin dalam pengambilan keputusan menggunakan <i>Paylater</i>					

7. Literasi Keuangan Syariah

No.	Pertanyaan	STS	TS	RG	S	SS
1.	Saya memahami cara perhitungan bunga dalam menggunakan <i>Paylater</i>					
2.	Saya mengetahui terkait keuangan syariah					
3.	Saya mengetahui produk/jasa pada lembaga keuangan syariah					
4.	Saya memahami biaya dan manfaat keuangan syariah					
5.	Saya percaya terhadap keuangan syariah					

Tabulasi Data

PR X1.1	PR X1.2	PR X1.3	PR X1.4	FA X2.1	FA X2.2	FA X2.3	FA X2.4
3	4	4	4	4	3	3	3
1	1	1	1	1	1	1	1
5	5	5	5	5	5	5	3
2	5	5	5	5	4	4	2
2	3	3	3	3	4	5	4
4	4	3	4	5	5	5	4
4	3	5	5	5	5	4	5
4	5	4	5	5	5	4	4
3	3	3	3	4	3	3	5
1	1	5	4	5	5	5	5
1	2	3	4	5	5	5	5
3	1	3	2	2	2	4	2
3	2	5	4	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	3
2	2	2	2	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	3	5	4	4	5
1	2	5	4	5	5	5	5
3	4	5	5	5	5	5	4
4	4	4	5	4	4	4	4
3	5	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	4	4	4	3
1	2	4	3	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	4	5	1
4	4	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	4	3
2	4	5	4	4	4	5	5
2	2	5	3	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4
4	4	5	4	5	5	4	5
5	5	5	5	5	4	5	4
5	5	5	5	4	5	5	4
3	4	3	4	4	5	4	2
3	3	2	2	2	4	3	3
5	5	5	5	4	4	4	4
2	2	4	4	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5	2

3	3	1	3	4	4	5	3
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	5	4	5	5	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3
4	5	5	4	5	5	4	5
5	4	5	4	5	5	5	5
4	4	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	2	4	4	5	5	5	5
4	4	4	5	4	5	4	5
3	4	3	3	4	4	5	4
3	4	5	4	4	4	4	4
5	5	2	5	1	1	1	1
4	4	5	5	4	5	5	5
4	3	5	5	5	5	4	5
4	4	5	4	5	5	5	5
3	3	3	4	5	5	5	3
5	4	5	5	5	5	3	5
3	3	4	3	4	5	4	2
5	5	5	5	5	5	5	4
3	4	4	5	4	4	5	3
5	4	5	2	4	4	2	1
4	4	5	5	4	5	4	2
3	3	3	3	3	3	3	3
1	3	5	3	5	5	4	5
3	5	4	3	4	4	4	4
4	5	5	4	4	4	4	5
3	3	4	4	5	5	4	5
4	4	4	4	4	3	5	4
5	5	5	5	5	4	5	1
4	4	4	4	4	4	4	4
2	3	5	4	4	5	5	5
1	1	5	4	5	5	4	3
5	4	5	5	5	5	5	4
5	2	5	4	4	5	5	4
4	4	4	4	5	5	5	1
5	5	5	5	5	5	4	5
1	3	5	1	5	5	5	3
3	3	3	3	5	4	5	5
1	1	2	2	4	4	4	4
4	4	5	5	5	5	5	4
4	3	5	5	4	4	4	3
4	2	5	5	5	5	5	4

1	4	5	5	5	5	5	1
3	5	3	4	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	3	5	5	5	4	5	3
4	4	4	4	4	4	3	5
4	3	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3
5	4	4	4	3	5	5	5
4	5	4	4	4	4	4	4
2	2	4	4	4	4	3	4
4	5	4	5	4	4	4	4
2	3	5	5	5	5	5	3
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	4	3	4	4	4	5
2	2	4	4	4	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	5
1	3	5	2	5	5	5	5
5	5	4	5	4	4	5	5
5	5	4	5	5	5	5	4
2	2	3	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	5	5	4	5	4	3
4	5	4	3	4	5	4	4
2	2	4	3	4	4	5	4
3	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	3	5
1	2	4	5	5	5	5	5
3	3	5	3	5	5	5	5
4	4	5	4	4	4	4	4
5	5	3	5	5	5	5	5
2	3	2	1	5	5	5	5
4	3	4	3	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	4
4	3	4	3	5	5	4	5
3	5	3	2	2	5	3	5
5	4	4	5	3	4	3	5
4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	2	4	4	5	5
4	5	4	5	5	5	5	5
5	2	4	5	5	5	5	5
3	4	5	4	5	5	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	4	4	5

4	4	3	4	4	5	4	5
3	4	4	4	4	4	3	3
2	4	5	5	4	5	4	4
3	3	4	3	4	4	4	3
5	5	5	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	2	4	5	5	5
5	4	5	5	4	5	5	4
4	4	5	5	5	5	4	4
5	5	5	5	4	4	4	3
2	4	4	4	4	5	4	4
2	2	2	2	5	5	5	5
4	4	5	4	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	4
2	3	4	4	5	5	5	5
3	3	4	1	4	4	4	4
1	5	5	5	5	5	3	4
3	3	4	4	4	4	5	5
4	4	4	5	4	5	4	3
4	4	5	4	4	5	5	3
3	5	5	5	4	4	5	5
3	4	4	4	4	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	5
3	3	4	4	5	5	5	3
1	3	4	4	5	5	5	5
3	4	4	5	5	5	5	5
3	2	5	3	5	5	5	5
1	1	5	2	5	5	5	5
4	5	4	4	3	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
1	3	4	2	5	4	5	4
2	4	5	4	4	5	4	4
4	3	5	3	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4	5
3	5	4	4	5	4	4	5
2	2	5	4	5	5	4	5
2	3	4	3	4	5	5	5
3	2	1	3	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5	5	4
3	4	4	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	5	4	3
3	3	5	5	5	5	4	5
4	4	4	4	5	5	5	5

4	3	4	4	4	4	3	5
5	4	5	4	4	4	4	3
3	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	5	4	5	5
4	5	5	5	4	4	3	4
5	5	5	4	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	4	5	5	4
4	5	4	5	4	4	4	5
4	5	4	5	4	5	4	5
4	4	4	5	4	5	4	5
4	4	5	4	5	5	4	5
4	5	4	5	4	5	4	5
5	5	4	5	4	4	5	4
4	5	4	5	4	5	4	5
4	4	5	4	5	5	4	5
5	4	5	4	5	5	5	4
4	5	4	5	4	5	4	5
5	5	4	5	4	5	4	4
4	5	4	5	4	5	4	5
5	5	4	5	4	5	4	4
5	4	4	5	4	5	4	5
5	5	4	5	4	5	4	5
4	5	4	5	4	5	4	5
4	5	4	5	4	5	4	5
5	5	4	5	4	4	4	5
4	5	4	5	4	5	4	5
5	4	4	5	4	5	4	4
4	4	4	4	5	4	5	4
4	5	4	4	5	4	5	4
4	5	5	5	5	5	4	5
5	5	4	5	4	5	5	4
4	5	5	5	4	5	5	4
4	5	5	4	4	5	4	5
4	5	5	5	4	5	5	5
4	5	4	5	5	4	5	4
4	5	5	4	5	4	4	5
4	5	5	4	5	4	4	5
4	5	4	4	5	4	5	4
4	4	5	5	4	4	5	4
5	4	5	5	4	4	4	4
4	5	4	5	4	4	5	5
4	4	5	4	5	4	4	5

4	5	4	5	5	5	4	5
4	5	4	5	4	4	5	4
5	4	4	5	4	5	4	5
4	5	5	4	5	4	4	5
4	5	4	5	4	5	4	5
5	5	4	5	3	3	3	3
4	5	5	5	5	5	5	4
4	5	5	5	4	5	5	4
5	5	5	4	5	5	5	5
5	5	4	5	3	2	2	3
4	5	5	4	5	5	4	5
5	4	4	4	3	2	3	3
4	5	4	5	4	4	5	4
4	5	4	5	3	2	3	3
4	4	5	4	4	4	5	4
5	5	4	4	3	3	2	3
4	5	5	4	4	4	5	5
5	5	4	4	3	4	2	2
5	4	5	4	4	4	5	5
5	4	5	4	4	3	2	4
4	4	5	5	5	4	4	5
5	4	4	5	3	3	3	3
5	4	4	5	5	4	5	4
5	5	4	4	2	3	2	3
4	5	5	4	4	5	4	4
5	5	4	5	4	3	3	4
4	4	5	5	5	4	4	5
5	4	4	5	3	3	2	2
5	4	4	5	5	4	4	5
5	4	5	4	2	3	4	3
4	5	4	5	5	4	5	4
5	4	5	4	2	4	3	3
5	4	4	5	4	5	4	5
5	4	4	5	2	2	3	1
4	5	4	5	5	4	5	4
4	4	5	4	5	5	5	4
5	5	4	5	3	2	2	3
5	4	5	5	4	4	4	5
5	5	4	5	3	2	3	3
5	4	4	4	5	5	5	5
5	5	4	5	2	2	4	2
5	4	5	4	4	4	5	4
4	5	4	4	4	4	3	3
4	4	5	5	5	4	5	5

4	4	5	4	3	3	4	4
5	4	4	5	4	5	4	5
5	4	4	5	3	2	3	4
5	5	4	4	5	5	4	4
5	5	4	5	2	3	2	1
5	5	5	4	4	5	4	5
5	5	5	4	1	3	3	4
5	5	4	4	5	4	5	5
5	5	4	5	2	3	3	4

FB X3.1	FB X3.2	FB X3.3	FB X3.4	FB X3.5	FB X3.6	FB X3.7
3	3	3	3	3	3	3
1	1	1	1	1	1	1
2	4	2	4	4	4	5
5	4	5	3	4	5	5
4	3	3	4	5	3	5
4	3	4	3	4	4	4
4	3	5	4	5	4	4
5	2	2	2	2	5	5
4	3	4	3	4	4	2
3	4	3	2	5	5	4
5	4	5	5	5	5	4
2	4	2	4	3	4	2
5	3	5	3	3	5	5
5	3	4	3	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	3	4
5	3	3	4	4	5	4
5	4	5	5	5	5	4
5	5	5	3	4	5	5
4	4	4	5	5	4	4
5	4	5	4	5	5	5
4	2	3	2	2	2	4
4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
4	5	3	1	4	2	2
4	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	5	5	4	4
5	4	5	3	3	5	5
5	4	4	4	4	5	4
5	2	2	2	4	5	5

5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	5	5	4
5	4	5	4	4	5	4
4	4	4	4	5	5	5
4	4	4	2	4	4	4
4	5	5	5	4	5	4
4	5	5	5	5	5	5
5	2	3	3	2	5	5
5	4	4	4	4	4	5
4	3	3	3	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
5	4	2	1	3	5	1
3	4	3	3	3	3	3
4	4	4	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	4
5	4	5	3	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
4	3	4	5	4	4	4
4	5	3	4	5	4	4
5	2	2	3	3	5	4
1	1	3	3	3	1	1
4	4	5	5	4	5	4
5	5	5	4	5	5	5
5	4	5	4	5	5	4
5	4	5	4	5	5	5
4	2	2	2	2	5	4
4	4	4	2	4	5	4
4	2	4	2	4	5	4
4	3	3	3	3	5	5
5	4	4	1	5	5	5
5	4	4	2	4	4	3
3	3	3	3	3	3	3
5	2	2	2	2	5	3
5	3	3	3	3	4	4
5	5	5	4	5	5	5
5	4	4	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	5	1
4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	5	5
5	3	5	2	3	5	5
4	3	4	2	4	5	4

5	5	5	3	4	5	5
5	5	1	1	4	4	4
5	4	4	3	5	5	5
5	3	3	3	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5
3	3	4	4	4	4	4
5	5	4	4	4	5	5
5	2	2	2	4	5	4
5	5	3	2	5	5	5
5	5	5	2	5	5	5
4	3	4	3	4	3	4
5	4	5	3	5	5	5
5	2	5	3	5	5	5
4	4	3	4	4	3	5
4	3	3	4	4	4	3
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	3	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	2	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	5	5	5	3
4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
5	4	3	3	4	5	4
4	2	4	4	4	4	5
5	4	5	2	3	4	5
5	4	3	5	5	5	5
5	5	4	3	4	4	4
5	3	4	3	3	5	5
4	3	3	3	4	5	5
5	3	3	3	4	4	1
5	5	4	5	4	5	5
4	5	4	3	4	4	5
4	3	3	3	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
5	3	4	5	4	5	4
5	5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	5
4	4	4	4	3	3	3
5	5	4	4	5	5	5
5	4	4	4	4	5	4
4	3	4	4	4	5	5
4	3	4	4	4	3	5

3	5	3	2	5	2	5
4	1	2	3	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	5	4	5
5	4	5	2	3	4	5
4	4	4	5	4	5	5
5	4	4	4	4	4	5
4	5	3	4	4	5	5
5	3	3	4	4	3	4
5	4	5	4	5	4	4
3	4	3	4	4	4	4
5	3	3	2	3	4	5
4	4	4	4	4	4	4
2	5	3	5	3	4	4
5	3	4	4	5	5	5
4	3	3	4	4	5	4
4	4	4	1	3	5	3
4	4	4	4	4	4	4
5	3	5	5	5	5	5
5	4	5	4	4	3	4
4	4	5	5	5	5	5
5	4	4	3	4	5	4
4	3	4	1	2	4	2
5	3	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	5	4
5	4	4	4	5	4	5
4	3	3	3	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	3	4	5	3
3	2	2	1	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5
3	5	4	4	4	5	5
5	4	4	4	4	5	5
5	5	3	3	5	5	5
4	3	3	3	4	5	5
5	3	4	5	5	5	5
4	4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
5	5	3	2	4	5	5
4	3	4	5	4	5	4
4	3	4	4	4	4	4
5	4	5	4	4	5	5

4	3	4	4	5	5	4
3	2	2	2	4	5	4
5	4	4	4	4	4	3
5	4	4	4	4	5	5
4	3	3	3	3	4	4
5	4	4	2	4	5	4
4	3	3	3	4	5	5
5	4	4	5	3	5	4
4	4	4	4	4	4	4
5	3	3	3	4	4	4
5	3	4	4	4	4	5
4	4	3	2	4	4	4
5	5	4	5	5	5	5
5	3	3	4	3	4	5
3	4	4	4	4	3	3
4	3	4	4	4	4	3
5	4	4	5	5	5	5
5	4	4	5	5	5	5
4	5	4	5	4	5	4
4	5	4	5	4	5	4
4	5	4	5	4	5	4
5	4	5	4	4	4	5
4	5	4	5	4	5	4
5	5	5	4	5	4	4
4	5	4	5	4	5	4
5	5	4	5	4	4	4
4	5	4	4	5	4	5
4	5	4	5	4	5	4
4	5	4	4	5	4	5
4	5	4	5	4	5	4
5	4	5	5	4	5	4
5	5	4	5	4	5	4
5	4	5	4	5	4	5
4	5	5	5	4	5	5
5	5	5	4	5	4	5
5	5	5	5	4	5	4
5	5	5	4	5	4	4

4	5	5	5	4	5	4
5	4	5	5	4	5	4
5	5	4	5	5	5	4
4	5	5	4	5	4	5
4	5	4	4	5	4	5
4	5	4	5	5	4	5
5	4	4	4	5	5	4
5	4	5	5	4	5	4
4	4	4	5	4	5	4
4	4	5	4	5	5	4
5	4	4	5	4	5	4
5	4	4	5	4	5	4
4	4	5	4	5	5	4
5	5	4	5	4	5	4
5	4	5	5	4	5	4
5	5	5	4	5	5	4
4	5	4	5	5	5	4
4	5	5	5	4	5	5
5	5	4	5	5	5	4
4	5	5	4	5	5	5
5	4	5	5	4	5	4
5	4	4	4	5	4	5
4	4	5	4	5	4	5
3	4	4	5	4	5	4
5	4	4	4	5	4	4
5	5	4	4	5	5	5
5	4	4	5	4	5	4
5	4	4	5	4	5	4
4	5	4	4	5	4	5
5	4	5	4	5	4	5
4	5	4	4	5	5	4
5	4	5	4	5	4	5
5	4	5	4	4	4	5
5	5	4	5	4	4	5
4	5	5	4	5	4	4
5	4	5	5	4	5	4
5	5	4	5	4	5	4
5	4	5	4	5	4	5
5	4	5	5	4	4	4
5	4	5	4	5	5	5
4	5	4	5	5	4	4
4	5	4	5	4	5	5
5	4	5	4	5	4	5
5	4	4	5	5	4	4

4	5	4	4	5	4	5
5	5	4	4	5	4	5
4	5	4	5	5	5	4
5	4	5	4	4	5	4
5	5	4	4	5	4	5
5	4	5	4	4	4	5
5	4	4	4	5	4	4
4	5	4	4	5	4	5
4	4	5	5	5	5	4
5	4	4	4	5	4	5
5	4	5	5	4	5	4
5	5	5	4	4	5	4
4	5	4	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	4
4	5	5	5	5	5	4
5	4	4	5	5	5	4
5	5	5	5	4	5	4

FSS X4.1	FSS X4.2	FSS X4.3	FSS X4.4	FSS X4.5	FSS X4.6	TK X5.1	TK X5.2	TK X5.3	TK X5.4
3	3	3	3	3	3	2	3	3	4
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
2	2	4	4	4	4	4	4	5	3
3	3	3	4	4	4	4	3	4	3
3	3	3	3	3	3	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	3	4	3
4	2	3	3	5	5	5	3	3	3
3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
4	2	4	4	4	4	5	5	4	3
5	4	5	5	5	5	4	3	5	4
4	2	3	2	4	2	2	3	2	2
4	4	5	5	4	4	4	4	5	4
2	3	2	2	4	3	4	3	5	2
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	2	3	3	3	3	4	3	3	4
3	3	3	4	5	4	5	4	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	3	5	5	4	2
4	5	5	4	5	4	4	5	5	3
4	5	4	4	5	5	5	5	5	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	2	5	4	5	4	5
5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	5	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	2	4	3
4	4	4	4	5	5	5	5	4	4
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	4	4	5	3	5	3
4	4	3	5	4	4	4	5	3	3
4	5	4	5	5	5	5	4	5	5
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	2	4	4	4	4	4	2	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	5	5	4	5	5
5	4	4	4	4	4	4	5	3	2
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	5	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	5	3	4	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	4	3	5	3	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
5	4	5	5	5	5	5	5	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	5	3	4	3
4	3	3	3	4	3	4	4	4	3
5	2	5	4	5	5	4	4	5	3
1	5	1	1	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	5	5	5	5
4	1	4	4	4	4	3	4	3	3
5	4	5	5	5	5	5	5	5	4
3	3	3	4	3	4	4	3	4	4
4	2	4	4	4	4	4	5	5	5
4	3	4	4	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
4	2	3	3	3	3	3	3	3	1
5	5	5	4	4	4	5	4	2	3
4	1	4	4	3	3	3	5	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3

3	3	3	3	3	3	4	1	3	3
4	4	4	5	5	5	4	4	4	4
5	3	5	5	4	4	4	4	5	4
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
3	1	3	3	5	4	3	5	1	1
3	3	3	3	3	3	4	3	4	3
5	4	5	5	5	5	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	5	3	2	2
4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
5	4	5	5	5	5	5	4	5	4
3	4	3	3	4	4	1	3	2	1
4	3	4	4	4	4	5	3	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	3	4	4	3	3	3	3
4	2	3	3	4	4	4	5	4	4
5	3	5	5	4	4	4	3	5	3
5	3	5	5	3	5	5	3	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	3	4	4	3	4	5	4	3
3	4	3	4	4	4	4	4	5	5
5	3	5	4	4	4	5	5	3	3
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	1	3	3	4	4	4	4	4	4
5	5	3	3	3	3	3	3	3	3
3	2	3	3	3	3	3	3	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4	4	5	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	3	5	4	5	5	5	3	2
3	4	4	4	4	4	3	3	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	3	4	4	3	5	4	4	3	3
4	4	5	5	4	4	4	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
5	4	4	3	2	5	5	5	5	5
3	2	2	2	3	3	3	3	3	2
5	3	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	4	4	3	3	4	3	3	2
4	4	5	5	4	4	5	4	5	3
3	2	2	3	3	3	3	4	3	3
3	3	3	3	4	4	4	3	4	3
3	3	3	3	3	4	4	5	3	3

3	2	3	3	3	3	3	4	2	2
5	4	4	4	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	5	4	4	4	4
2	3	3	3	3	3	3	5	4	3
5	3	5	5	5	5	5	5	5	4
3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
2	1	3	3	3	3	3	3	2	2
5	4	4	4	4	4	4	5	4	3
5	3	5	2	3	5	3	5	2	5
3	3	2	3	3	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	5	4	4	5	4	4
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	5	3	3
3	4	4	4	4	4	4	5	4	4
1	1	1	1	1	1	3	4	1	1
2	2	2	2	4	4	4	4	4	5
5	3	4	5	5	4	4	5	4	5
4	3	4	4	4	3	4	4	4	3
5	5	5	5	5	4	4	4	5	4
4	4	5	3	4	3	4	4	3	4
4	4	4	4	5	4	4	5	3	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	2	2	3	3	3	3	4	4
5	3	4	4	5	5	5	5	5	5
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	3	3	3	3	4	4	3
4	2	3	3	4	4	4	4	4	4
5	2	5	5	5	5	2	5	3	3
5	4	4	4	4	4	3	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4	5	4	5
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	4	3	3	2	2
3	4	3	2	4	4	4	4	4	2
4	4	5	5	5	5	4	4	4	4
4	2	3	4	4	3	5	4	4	4
4	4	5	5	4	4	4	3	5	3
3	3	3	3	3	3	5	3	4	4
3	3	3	3	3	4	3	4	3	3
1	3	1	1	1	1	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	4	5	3	4
5	3	3	4	5	5	5	4	5	5
5	3	4	4	4	4	4	4	4	4

5	5	5	5	5	5	4	5	3	3
4	3	4	3	4	4	2	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	1	5	5
4	5	3	4	4	5	4	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	2	4	5	5	4	4	5	4	2
4	3	3	4	4	4	4	3	3	3
3	3	3	3	4	4	3	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
4	4	5	3	5	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
5	4	4	4	4	4	4	3	4	4
3	4	3	3	4	4	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
3	2	3	3	4	5	4	3	4	3
5	3	3	4	4	3	4	4	3	3
4	3	4	4	3	3	4	5	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
4	4	4	4	3	3	3	5	2	3
4	4	5	4	4	5	5	4	4	3
3	3	4	4	4	4	3	4	4	4
3	2	3	3	3	4	4	3	4	1
4	5	4	4	5	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
4	4	4	4	5	5	4	5	4	5
5	5	4	5	4	5	4	5	4	4
5	4	4	4	4	4	5	5	5	4
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
4	5	4	4	5	4	5	5	4	4
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
5	4	5	4	4	4	5	4	4	5
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
4	5	4	4	5	4	5	5	4	5
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
5	5	4	5	5	4	5	5	4	5
5	5	4	4	5	4	5	4	4	5
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
4	5	4	4	5	4	5	5	4	5
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
5	4	4	5	4	5	5	5	5	4
5	4	4	5	4	5	5	5	5	4
5	4	4	5	4	4	4	4	5	5
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4

5	5	4	5	4	4	5	5	4	5
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
4	4	5	4	5	5	4	5	5	4
5	4	5	5	4	5	5	4	4	5
4	4	5	4	5	4	5	4	5	4
4	5	5	5	4	5	5	4	5	5
5	5	4	5	4	5	5	4	5	5
5	4	5	4	5	4	5	5	4	5
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5
5	5	5	4	5	4	5	5	4	5
5	5	4	4	5	4	5	5	4	4
4	4	5	4	5	4	5	4	5	4
4	5	4	5	5	4	5	5	4	5
5	5	4	5	4	5	4	5	5	4
4	5	5	4	5	4	4	5	4	5
4	5	4	4	5	4	5	4	5	4
4	4	5	4	5	4	4	5	4	5
4	4	5	4	5	4	4	4	4	4
4	5	4	4	5	4	5	4	5	4
5	4	5	5	4	5	4	4	5	4
4	5	5	4	4	5	5	4	5	4
5	4	5	4	5	5	4	5	4	5
4	4	5	4	5	4	5	4	5	5
4	5	5	4	5	4	4	5	4	4
5	5	5	4	5	4	5	5	5	5
5	4	5	4	5	4	5	5	5	4
5	5	5	5	4	5	5	4	4	5
5	5	5	4	5	4	4	5	5	4
5	5	4	5	5	4	5	5	4	5
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
4	4	5	4	5	5	4	4	5	4
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
4	4	5	4	4	5	4	5	5	4
5	4	5	5	4	4	5	4	5	4
4	5	5	5	4	4	5	4	4	4
4	5	5	4	5	4	4	4	5	5
5	4	5	5	4	5	5	5	4	4
5	4	4	5	4	5	5	5	4	4
5	4	4	5	4	5	5	5	4	4
4	5	5	4	5	4	4	4	5	5
4	5	4	4	5	4	4	5	4	4
5	4	5	5	4	5	5	4	4	5
5	5	4	4	5	4	4	5	5	4
5	4	5	4	5	5	4	5	5	4

5	5	4	5	4	5	4	5	4	5
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
5	4	4	5	4	5	5	5	4	5
5	4	4	5	4	5	5	4	5	4
4	5	4	5	4	5	5	4	5	5
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
4	5	4	5	4	5	5	5	4	4
5	4	5	4	5	4	5	4	4	5
5	4	5	5	4	5	4	4	5	4
5	4	4	5	4	5	5	4	4	5
4	4	5	5	4	5	5	4	4	5
5	4	5	4	4	4	4	5	4	4
5	4	5	4	4	5	5	5	4	5
5	5	5	4	4	5	5	4	5	4
4	5	5	4	5	4	5	5	5	4
4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
4	4	5	5	4	5	5	5	5	4
4	5	4	5	4	4	5	5	4	5
4	5	5	5	4	4	5	5	4	5
5	5	4	4	5	5	5	4	4	4
5	4	4	5	5	4	4	5	4	4
4	5	5	5	4	4	4	5	4	5
5	4	5	4	5	4	4	5	5	3
5	5	4	5	5	5	5	5	5	4
5	4	4	5	5	4	5	4	5	5
5	5	5	4	5	4	5	5	5	4
5	5	4	5	4	4	5	5	5	4

KP Y.1	KP Y.2	KP Y.3	KP Y.4	KP Y.5	LKS Z.1	LKS Z.2	LKS Z.3	LKS Z.4	LKS Z.5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	4	2	2	2	2	4	3	4	4
2	4	3	3	4	4	4	4	5	5
4	5	4	3	4	4	4	3	4	4
3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
3	4	3	3	4	4	4	4	4	4
1	2	3	1	3	4	4	3	3	3
1	3	3	1	2	1	1	1	1	3
4	4	4	2	4	3	3	3	3	5
2	2	2	2	4	2	2	4	5	4
2	3	3	2	3	4	2	2	4	3
3	4	4	4	4	4	5	5	4	4
1	1	1	1	1	2	3	4	4	5

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	3	2	4	4	4	4	4	4
2	2	3	4	3	4	3	3	2	4
3	4	4	2	4	3	1	3	3	3
1	2	3	3	3	5	5	5	5	3
2	3	3	1	3	3	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	1	4	2	3	2	2	3
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	3	2	3	4	4	4	4	4
1	2	2	1	2	2	4	2	2	4
3	4	4	3	3	4	2	3	3	3
3	3	3	2	4	4	4	2	2	4
2	4	4	4	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	2	5	5	3	4	3	5
2	4	3	1	1	4	5	4	4	5
4	4	5	4	4	4	5	4	4	5
5	3	5	5	5	4	5	4	4	3
3	4	3	3	3	4	4	4	4	4
2	4	5	3	3	2	2	2	2	2
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	4	5	5	5	5
1	2	2	1	1	2	2	2	2	4
2	3	3	2	4	4	2	2	2	2
3	3	3	2	3	4	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	2	2	2	2	2
1	2	2	3	3	4	4	4	4	5
3	4	4	3	5	4	4	4	4	4
2	3	3	1	3	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
1	2	1	2	1	4	4	4	4	4
4	4	3	3	3	5	3	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
5	5	5	5	5	2	3	3	3	2
2	3	3	3	3	4	4	4	4	4
1	2	1	1	1	3	4	4	4	4
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5

3	4	4	4	4	3	3	3	3	3
2	4	4	2	3	3	4	4	4	5
3	3	4	4	3	4	4	4	4	4
2	4	4	2	4	4	4	4	4	4
1	2	2	1	2	3	2	2	3	3
4	4	4	3	4	4	4	3	3	4
1	4	4	1	3	4	4	4	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	4	3	4	3	4
3	3	3	2	3	4	4	3	3	4
4	4	4	4	4	5	4	5	5	5
3	4	4	3	4	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
1	3	4	1	3	1	1	3	3	3
3	4	4	3	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
1	2	2	1	2	5	4	4	4	5
2	4	4	1	2	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
2	5	2	1	4	4	3	3	4	4
1	3	1	1	1	3	4	3	4	3
1	5	5	5	5	5	3	3	3	3
5	5	5	5	4	4	5	5	5	4
2	2	2	2	2	4	4	4	4	4
3	4	4	3	4	2	4	4	4	5
2	5	5	2	4	4	4	4	4	3
3	4	4	3	4	4	5	5	5	5
5	5	5	3	5	5	3	3	4	4
3	4	4	3	3	3	3	3	3	4
5	4	4	3	4	5	5	5	5	5
2	3	4	1	3	2	4	4	4	5
4	4	5	5	5	4	4	5	4	4
4	4	4	3	4	3	3	3	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	2	3	3	3	2	3	3	3	4
2	3	2	3	3	3	4	3	4	4
2	2	2	2	4	3	3	4	3	4
3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
1	1	2	1	2	5	4	1	2	1
3	4	4	4	4	3	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	1	5	3	3	3	3	3
2	4	4	4	5	4	4	4	4	5
3	4	3	3	3	3	4	5	5	5

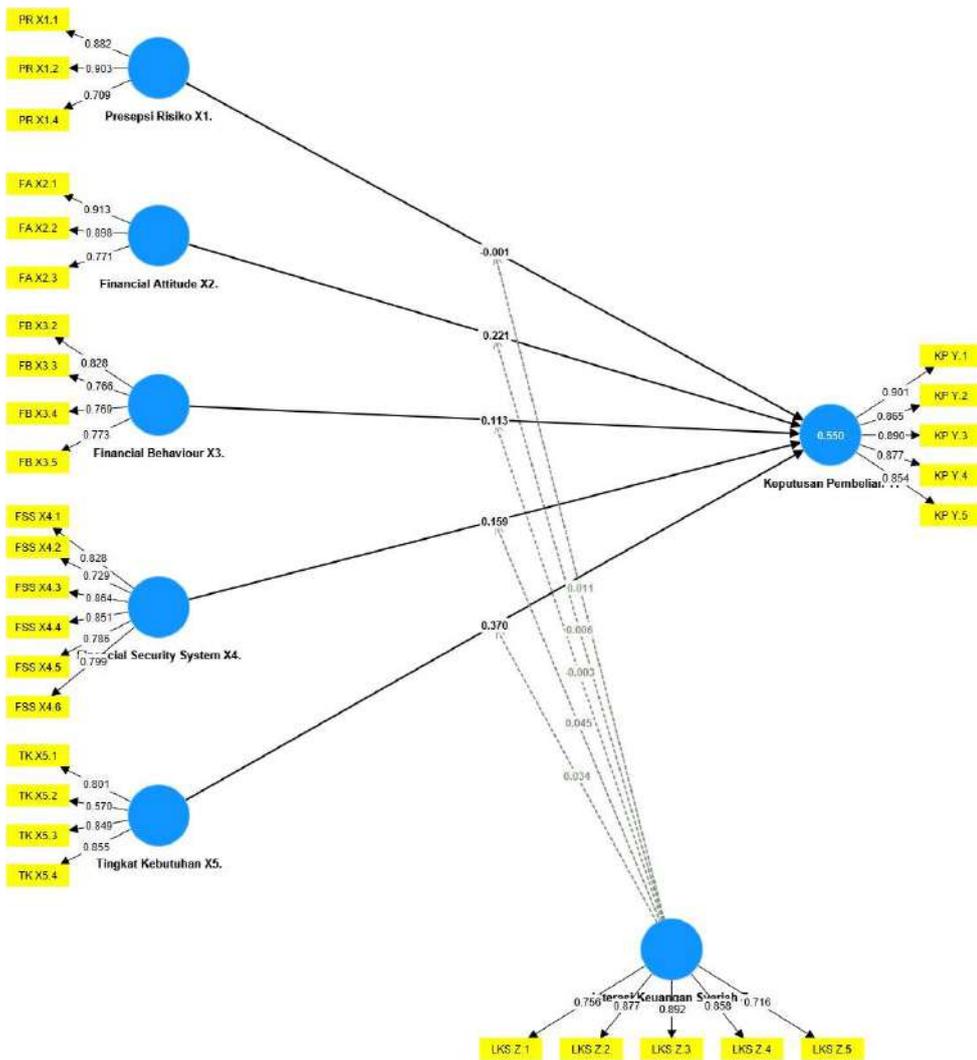
3	4	4	2	4	4	4	4	4	5
4	4	3	4	4	4	4	4	4	5
2	2	2	1	1	2	3	3	3	3
2	5	4	1	5	5	5	5	5	5
3	3	3	1	1	2	1	1	1	3
5	4	5	4	5	4	5	5	5	4
2	3	3	2	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	3	2	3	2	3	3	3	3
2	3	3	1	3	3	3	2	3	4
2	5	5	5	4	5	5	5	5	5
3	5	5	3	5	3	3	4	4	3
5	5	5	5	5	4	4	4	4	5
2	3	2	2	3	3	3	3	3	3
4	5	5	4	5	4	4	4	4	4
3	4	3	3	4	4	4	4	4	5
1	1	1	1	1	2	3	3	3	4
3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
3	2	5	3	4	3	5	3	2	5
1	3	2	2	1	2	3	3	3	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	2	4	4	4	4	4	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	5	4	4	4	5	4	5	4
1	1	1	2	5	4	4	5	5	5
1	1	4	2	2	1	3	1	4	4
4	5	4	4	5	4	4	4	5	5
5	4	4	5	4	5	4	5	4	5
2	3	3	2	4	4	3	4	4	4
5	4	4	5	4	5	4	4	4	5
3	3	3	4	3	4	4	3	4	4
3	4	4	1	2	5	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	2	2	2	1	4	4	3
4	5	4	5	5	3	3	3	3	3
1	4	3	1	3	3	4	3	4	4
1	3	3	3	3	3	3	3	3	4
2	4	2	2	4	4	2	2	4	2
1	1	1	1	1	3	5	5	5	5
4	4	5	4	3	4	4	4	4	4
1	2	3	2	2	4	5	5	5	5
4	4	4	3	4	4	3	3	3	3
1	3	3	1	3	3	1	1	1	3
1	2	2	1	1	5	3	3	3	3

4	4	5	4	4	4	4	4	5	5
2	2	3	3	4	4	3	4	3	4
3	4	4	2	4	3	2	2	2	3
1	3	3	3	3	3	3	3	3	4
1	3	3	2	3	4	5	5	5	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
1	1	1	1	1	3	2	2	2	3
4	4	4	4	4	5	3	4	4	4
5	5	5	4	5	4	4	4	4	4
2	3	4	2	5	5	1	1	1	1
3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
5	5	5	3	5	5	3	3	3	3
5	4	5	4	4	4	3	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	4	3	5	4	4	5
1	2	2	3	3	4	3	3	4	4
3	3	4	3	3	3	3	3	3	4
3	3	4	1	2	4	4	4	4	5
4	5	3	4	4	2	4	3	4	5
2	4	3	1	3	4	2	2	2	4
4	5	5	5	5	3	3	3	3	4
3	2	2	1	4	2	4	3	4	4
2	3	3	2	3	2	3	3	3	3
1	1	1	1	3	4	5	5	5	3
2	2	2	3	3	4	4	4	4	4
1	2	3	3	1	5	4	5	5	5
2	3	3	1	2	3	4	4	4	4
1	1	2	1	2	3	4	4	4	4
1	3	2	1	3	4	4	3	4	5
3	4	4	3	4	3	4	4	4	4
2	2	4	3	3	2	4	4	4	5
4	4	5	5	5	4	5	5	5	5
5	5	5	4	4	3	4	3	4	4
4	3	3	3	4	3	4	3	4	4
4	4	4	5	4	5	5	5	5	5
4	5	4	4	4	5	5	5	4	4
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
4	5	4	5	5	5	5	4	5	4
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
4	4	5	4	5	5	5	4	5	4
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
4	4	5	4	5	5	5	4	5	4
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
5	5	4	4	5	4	5	4	4	5

4	4	5	4	5	5	5	4	5	5
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
5	4	4	5	4	4	4	4	5	4
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
5	4	5	4	4	5	5	4	5	4
4	5	5	5	4	5	5	4	5	4
5	5	4	5	4	5	5	5	4	5
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
4	4	5	5	4	5	4	5	4	4
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
5	5	5	4	5	4	4	5	4	5
5	4	5	4	4	5	4	5	4	5
4	4	5	4	4	5	5	5	4	4
4	5	5	5	4	4	5	4	5	5
5	5	4	5	4	5	5	5	4	5
4	5	4	4	5	5	5	5	4	5
5	5	5	4	5	4	5	5	5	4
5	5	4	5	5	5	4	5	5	4
5	4	4	5	4	5	5	4	5	4
4	4	5	4	5	4	5	4	5	5
4	5	4	4	5	5	4	4	5	4
4	5	5	4	5	5	5	4	5	4
5	4	4	5	4	4	5	4	5	5
4	4	5	5	4	5	4	5	4	4
4	4	5	4	5	4	5	5	4	5
4	5	5	4	4	4	5	4	5	4
4	5	5	5	4	4	4	5	4	5
4	4	4	5	4	5	4	5	4	5
4	5	4	4	5	4	5	4	5	5
4	5	4	4	5	5	5	4	5	4
4	5	4	4	5	5	5	4	5	4
5	4	4	5	4	4	5	4	4	5
4	5	5	5	4	5	4	5	4	5
5	5	5	4	5	5	5	4	5	4
4	5	5	5	4	5	5	5	4	5
5	5	5	5	4	5	5	5	4	5
5	4	4	4	5	5	4	5	4	5
5	4	4	5	4	4	4	5	4	4
5	4	5	4	5	5	4	5	5	4
4	4	5	4	5	4	4	5	4	5
4	4	5	5	4	4	5	4	4	5
5	5	5	4	4	4	5	4	4	5

5	4	4	5	4	5	5	4	4	5
4	5	5	4	4	5	5	4	4	5
4	5	5	4	5	4	5	5	4	4
4	4	5	5	4	5	4	4	5	4
5	4	4	5	4	4	5	5	4	5
5	4	5	5	4	4	4	5	5	4
5	4	5	5	4	4	4	5	4	5
4	4	5	5	4	5	5	4	5	4
5	5	4	5	4	4	5	5	4	4
5	4	4	5	5	5	5	4	5	5
4	5	5	4	4	5	4	4	5	4
5	4	5	4	5	5	4	4	5	4
5	4	5	5	4	4	4	5	5	4
4	5	4	5	4	5	4	4	5	4
4	5	5	4	4	5	4	5	4	5
5	4	4	4	5	5	5	4	4	5
5	4	5	4	5	5	4	5	4	5
5	5	4	5	5	4	5	4	5	4
5	4	5	4	4	4	4	4	5	5
4	5	5	4	5	5	5	5	4	4
5	5	4	5	4	5	5	5	4	5
4	5	5	4	5	5	5	5	4	5
4	4	4	4	5	5	5	4	5	4
5	4	4	5	5	4	4	5	5	4
5	4	5	4	4	5	5	5	4	4
5	4	5	5	4	4	4	5	4	5
4	4	5	5	4	5	4	5	4	4
4	4	5	4	5	5	5	5	4	5
4	5	4	4	4	5	4	5	5	4
5	5	4	4	4	4	5	4	5	5
5	4	3	2	4	5	5	5	4	4
4	4	4	5	4	4	4	5	5	5
5	5	5	5	4	5	5	4	5	4
5	4	4	4	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	4	5	4	5	5	4
4	4	4	5	5	5	5	5	4	4

Lampiran Hasil Uji Outer Model



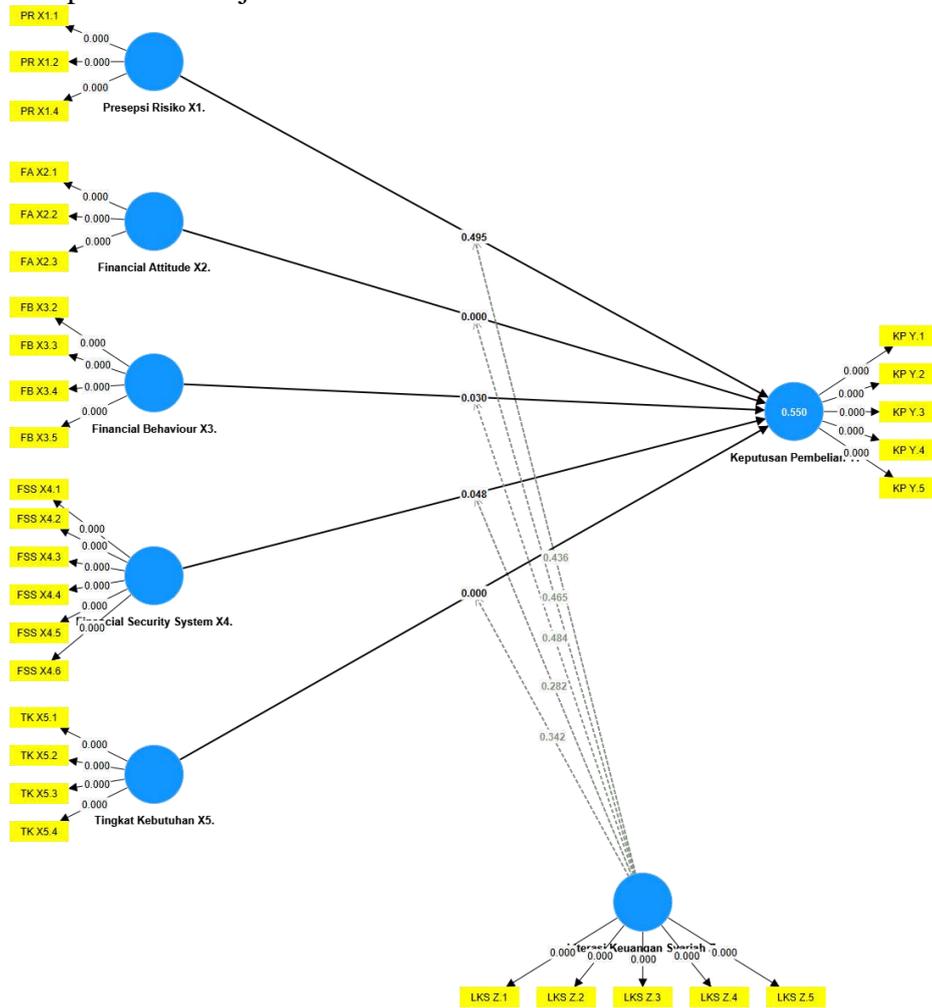
Discriminant validity - Fornell-Larcker criterion

	Financial Attitude X2.	Financial Behaviour X3.	Financial Security System X4.	Keputusan Pembelian Y.	Literasi Keuangan Syariah Z.	Presepsi Risiko X1.	Tingkat Kebutuhan X5.
Financial Attitude X2.	0.803						
Financial Behaviour X3.	0.076	0.784					
Financial Security System X4.	0.093	0.499	0.811				
Keputusan Pembelian Y.	-0.197	0.461	0.561	0.877			
Literasi Keuangan Syariah Z.	0.012	0.505	0.567	0.590	0.823		
Presepsi Risiko X1.	-0.066	0.293	0.117	0.235	0.268	0.836	
Tingkat Kebutuhan X5.	0.096	0.505	0.753	0.633	0.627	0.296	0.778

Construct reliability and validity - Overview

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Financial Attitude X2.	0.838	0.916	0.897	0.745
Financial Behaviour X3.	0.793	0.807	0.865	0.615
Financial Security System X4.	0.895	0.895	0.920	0.657
Keputusan Pembelian Y.	0.925	0.927	0.944	0.770
Literasi Keuangan Syariah Z.	0.880	0.893	0.912	0.677
Presepsi Risiko X1.	0.796	0.880	0.873	0.699
Tingkat Kebutuhan X5.	0.779	0.828	0.857	0.605

Lampiran Hasil Uji Inner Model



R-square - Overview		
	R-square	R-square adjusted
Keputusan Pembelian Y.	0.550	0.531

LV prediction summary - PLS-SEM			
	Q ² predct	RMSE	MAE
Keputusan Pembelian Y.	0.424	0.765	0.541

Path coefficients - Mean, STDEV, T values, p values

Copy to Excel

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Financial Attitude X2. -> Keputusan Pembelian Y.	0.221	-0.213	0.061	3.653	0.000
Financial Behaviour X3. -> Keputusan Pembelian Y.	0.113	0.115	0.060	1.876	0.030
Financial Security System X4. -> Keputusan Pembelian Y.	0.159	0.171	0.095	1.667	0.048
Literasi Keuangan Syariah Z. -> Keputusan Pembelian Y.	0.263	0.267	0.080	3.294	0.000
Presepsi Risiko X1. -> Keputusan Pembelian Y.	-0.001	-0.006	0.060	0.013	0.495
Tingkat Kebutuhan X5. -> Keputusan Pembelian Y.	0.370	0.365	0.094	3.938	0.000
Literasi Keuangan Syariah Z. x Tingkat Kebutuhan X5. -> Keputusan Pembelian Y.	0.034	0.040	0.084	0.408	0.342
Literasi Keuangan Syariah Z. x Financial Security System X4. -> Keputusan Pembelian Y.	0.045	0.053	0.079	0.578	0.282
Literasi Keuangan Syariah Z. x Financial Behaviour X3. -> Keputusan Pembelian Y.	-0.003	0.007	0.062	0.041	0.484
Literasi Keuangan Syariah Z. x Financial Attitude X2. -> Keputusan Pembelian Y.	0.006	0.018	0.063	0.087	0.465
Literasi Keuangan Syariah Z. x Presepsi Risiko X1. -> Keputusan Pembelian Y.	0.011	0.034	0.070	0.160	0.436