

**Pengaruh *Islamic Financial Literacy*, *Financial Self-Efficacy* dan
Perceived Ease of Use Terhadap *Financial Management Behavior*
dengan *Intention* Sebagai Variabel Mediasi**

**(Studi Pada Generasi Z Pengguna *Paylater* di Kabupaten
Tulungagung)**

SKRIPSI



Oleh:

ALFINA KHOIRUN NADA

NIM: 220501110224

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

2025

**Pengaruh *Islamic Financial Literacy*, *Financial Self-Efficacy* dan
Perceived Ease of Use Terhadap *Financial Management Behavior*
dengan *Intention* Sebagai Variabel Mediasi**

**(Studi Pada Generasi Z Pengguna *Paylater* di Kabupaten
Tulungagung)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada:

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen (SM)



Oleh:

ALFINA KHOIRUN NADA

NIM: 220501110224

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

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH *ISLAMIC FINANCIAL LITERACY*, *FINANCIAL SELF-EFFICACY*, DAN *PERCEIVED EASE OF USE* TERHADAP *FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR* DENGAN *INTENTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

(STUDI PADA GENERASI Z PENGGUNA PAYLATER DI KABUPATEN TULUNGAGUNG)

SKRIPSI

Oleh

Alfina Khoirun Nada

NIM : 220501110224

Telah Disetujui Pada Tanggal 16 Desember 2025

Dosen Pembimbing,



Nora Ria Retnasih, M.E

NIP. 199205222020122003

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *ISLAMIC FINANCIAL LITERACY*, *FINANCIAL SELF-EFFICACY*, DAN *PERCEIVED EASE OF USE* TERHADAP *FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR* DENGAN *INTENTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

(STUDI PADA GENERASI Z PENGGUNA PAYLATER DI KABUPATEN TULUNGAGUNG)

SKRIPSI

Oleh

ALFINA KHOIRUN NADA

NIM: 220501110224

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)
Pada 24 Desember 2025

Susunan Dewan Penguji:

1. Ketua Penguji
Dr. Muhammad Nanang Choiruddin, SE., M.M
NIP. 198508202023211019
2. Anggota Penguji
Feri Dwi Riyanto, M.E., CPMM., CFP
NIP. 198907102019031009
3. Sekretaris Penguji
Nora Ria Retnasih, M.E
NIP. 199205222020122003

Tanda Tangan



Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi,



Dr. Setiani, M.M

NIP.199009182018012002

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alfina Khoirun Nada

NIM : 220501110224

Fakultas/ Program Studi : Ekonomi/ Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang dengan Judul:

Pengaruh Islamic Financial Literacy, Financial Self-Efficacy dan Perceived Ease of Use Terhadap Financial Management Behavior dengan Intention Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Generasi Z Pengguna Paylater di Kabupaten Tulungagung) adalah hasil karya sendiri, bukan "duplikasi" dari karya orang lain.

Selanjutnya, apabila di kemudian hari ada "klaim" dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 15 Desember 2025

Hormat Saya,



Alfina Khoirun Nada

NIM: 220501110224

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, ridho, kesehatan, dan hidayah-Nya. Tanpa pertolongan dan petunjuk-Nya, saya tidak bisa apa-apa. Tak lupa shalawat kepada Nabi Muhammad SAW yang selalu mengiringi langkah. Meski perjalanan ini tidak mudah, saya sangat bersyukur masih diberi kekuatan untuk bertahan dan menyelesaikan skripsi ini.

Dengan segala cinta dan hormat, karya ini saya persembahkan untuk:

Bapakku Susaini dan Ibuku Rihanim

Terima kasih atas segala do'a yang tak pernah henti, cinta tanpa syarat, kasih sayang, dukungan dan segala pengorbanan. Bapakku tercinta, terimakasih telah mengusahakan segala hal yang terbaik untuk pendidikan dan kehidupan yang layak, sosok terhebat yang pernah penulis kenal. Ibuku terkasih, terima kasih telah mengajarkan keikhlasan, kerja keras dan menjadi cahaya dalam setiap langkah perjalanan hidup penulis.

Ibu Nora Ria Retnasih, M.E

Terima kasih atas bimbingan, arahan, kesempatan, kesabaran dan motivasi yang berharga dalam penyelesaian skripsi ini. Terima kasih telah menjadi pembimbing terbaik bagi penulis. Ilmu dan ketulusan yang ibu berikan takkan pernah lekang oleh waktu. Semoga segala bentuk kebaikan ibu dalam membimbing menjadi amal jariyah yang tak terputus.

Dan untuk diriku sendiri, Alfina Khoirun Nada

Terima kasih telah berjuang dan bertahan sejauh ini dengan segala tantangan yang tidak mudah. Semoga keberhasilan ini menjadi pemantik semangat untuk terus menimba ilmu, bertumbuh lebih baik, dan menjadi langkah awal menuju keberhasilan dan impian-impian yang lebih tinggi. Gelar sarjana ini bukan sekedar simbol, melainkan pengingat atas setiap usaha dan komitmen yang telah diperjuangkan.

HALAMAN MOTTO

لكل شدة مدة, ولكل ضيق متسع

“Setiap kesulitan pasti ada batas waktunya, dan segala kerumitan pasti ada masa untuk lapangnya”

(NS)

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

(Umar Bin Khattab)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alam, segala bentuk rasa syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas anugerah rahmat, taufik, dan hidayah-Nya yang telah memberikan kelancaran sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan judul yang telah ditentukan “Pengaruh Islamic Financial Literacy, Financial Self-Efficacy, dan Perceived Ease of Use (Studi Pada Generasi Z Pengguna Paylater di Kabupaten Tulungagung”. Dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan akademik untuk meraih gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Penulis memahami bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan dapat diselesaikan tanpa adanya dorongan, bantuan, bimbingan, serta saran dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis dengan sepuh hati menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah berkontribusi:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Ilfi Nur Diana, M.Si., CAHRM., CRMP., selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. Misbahul Munir, Lc., M.Ei., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Dr. Setiani, M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Nora Ria Retnasih, M.E., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan sabar meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga untuk memberikan arahan, motivasi, serta bantuan kepada penulis dalam penyelesaian proposal ini.
5. Ibu Kartika Anggraeni Sudiono Putri, M.M., selaku Dosen Wali yang selalu memberikan nasihat, bantuan, dan juga motivasi selama masa studi.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, yang telah dengan tulus membagikan ilmu pengetahuan dan pengalaman berharga selama masa perkuliahan.
7. Kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Susaini dan Ibu Rihanim yang selalu mendoakan, memberikan dukungan moral, material, serta motivasi yang tak

pernah henti sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas ini dengan baik.
Semoga kebaikan ini diganti dengan surganya Allah.

8. Segenap keluarga besar Pondok Pesantren Al-Barokah Malang, Khususnya pengasuh KH.M. Maliku Fajri Shobah, Lc., M.Pd dan Ustadzah Jauharotul Maknunah S.Psi yang selalu memotivasi serta do'a tiada henti.
9. Kepada teman-teman manajemen Angkatan 22 yang selalu kebersamai, dan memotivasi. Dan juga sahabat-sahabat ZN 1 yang menjadi bagian penting dalam berprosesku dan menjadi tempat berkeluh kesah serta menguatkan.
10. Kepada teman-teman sebangkuan yang selalu membantu, memotivasi dan menjadi contoh terbaik.
11. Dan kepada semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, yang telah membantu, mendukung, memotivasi, serta mendoakan saya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Dengan segala kerendahan hati Penulis menyadari bahwa penelitian Ilmiah ini jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan, oleh karena itu penulis berharap kritik dan saran yang membangun guna memperbaiki penelitian ini menjadi lebih baik lagi. Demikian, penulis berharap skripsi ini bermanfaat dengan baik bagi semua pihak. Aamiin ya Robbal Alamin....

Malang, 15 Desember 2025

Peneliti

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK.....	xvi
ABSTRACT	xvii
المستخلص.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
2.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian	26
2.3 Kajian Teori	29
2.3.1 <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB).....	29
2.3.2 <i>Financial Management Behavior</i> (FMB)	32
2.3.3 <i>Islamic Financial Literacy</i> (IFL)	36
2.3.4 <i>Financial Self-Efficacy</i> (FSE)	39
2.3.5 <i>Perceived Ease of Use</i> (PEoU)	44
2.3.6 <i>Intention</i> (Int).....	47
2.4 Kerangka Konseptual	50
2.5 Hipotesis Penelitian	52
BAB III METODE PENELITIAN.....	59

3.1	Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	59
3.2	Lokasi Penelitian	59
3.3	Populasi dan Sampel.....	60
3.3.1	Populasi.....	60
3.3.2	Sampel	60
3.4	Teknik Pengambilan Sampel	61
3.5	Data dan Jenis Data	61
3.5.1	Data Primer	62
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	62
3.7	Definisi Operasional Variabel.....	62
3.7.1	Variabel Independen.....	63
3.7.2	Variabel Dependen	63
3.7.3	Variabel Mediasi	63
3.8	Skala Pengukuran	66
3.9	Teknik Analisis Data	67
3.9.1	Analisis Deskriptif.....	67
3.9.2	Analisis Inferensial.....	67
3.9.3	Pengolahan Data.....	68
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		73
4.1	Analisis Deskriptif.....	73
4.2	Gambaran Umum Objek Penelitian	73
4.3	Deskripsi Karakteristik Responden	74
4.4	Deskripsi Variabel Penelitian.....	77
4.4.1	Variabel <i>Islamic Financial Literacy</i>	77
4.4.2	Variabel <i>Financial Self-Efficacy</i>	79
4.4.3	Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	80
4.4.4	Variabel <i>Financial Management Behavior</i>	81
4.4.5	Variabel <i>Intention</i>	83
4.5	Analisis Inferensial	84
4.5.1	<i>Measurement Model (Outer Model)</i>	84
4.5.2	<i>Structural Model (Inner Model)</i>	93
4.6	Pembahasan.....	101
4.6.1	Pengaruh <i>Islamic Financial Literacy</i> Terhadap <i>Financial Management Behavior</i>	101

4.6.2	Pengaruh <i>Financial Self-Efficacy</i> Terhadap <i>Financial Management Behavior</i>	104
4.6.3	Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> Terhadap <i>Financial Management Behavior</i>	108
4.6.4	Pengaruh <i>Intention</i> Terhadap <i>Financial Management Behavior</i>	111
4.6.5	Pengaruh <i>Islamic Financial Literacy</i> Terhadap <i>Intention</i>	114
4.6.6	Pengaruh <i>Financial Self-Efficacy</i> Terhadap <i>Intention</i>	118
4.6.7	Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> Terhadap <i>Intention</i>	121
4.6.8	Pengaruh <i>Intention</i> Dalam Memediasi <i>Islamic Financial Literacy</i> Terhadap <i>Financial Management Behavior</i>	124
4.6.9	Pengaruh <i>Intention</i> Dalam Memediasi <i>Financial Self-Efficacy</i> Terhadap <i>Financial Management Behavior</i>	126
4.6.10	Pengaruh <i>Intention</i> Dalam Memediasi <i>Perceived Ease of Use</i> Terhadap <i>Financial Management Behavior</i>	129
BAB V PENUTUP		132
5.1	Kesimpulan	132
5.2	Saran	134
DAFTAR PUSTAKA		137

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Indeks Literasi Keuangan 2023 - 2024.....	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 2. 2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian	26
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	63
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran	66
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Pekerjaan	76
Tabel 4. 2 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Islamic Financial Literacy</i>	78
Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Financial Self-Efficacy</i>	79
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	80
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Financial Management Behavior</i>	82
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Intention</i>	83
Tabel 4. 7 Nilai <i>Loading Factor</i> Tahap 1	85
Tabel 4. 8 Nilai <i>Loading Factor</i> Tahap 2	87
Tabel 4. 9 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	88
Tabel 4. 10 Nilai <i>Fornell-Larcker</i>	89
Tabel 4. 11 Nilai <i>Cross Loading</i>	91
Tabel 4. 12 Nilai <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	92
Tabel 4. 13 Nilai <i>R-Square (R2)</i>	94
Tabel 4. 14 Nilai <i>Effect Size F-Square (F2)</i>	95
Tabel 4. 15 Nilai Prediktor (Q2).....	96
Tabel 4. 16 Nilai <i>Goodness-of-Fit (GoF)</i>	96
Tabel 4. 17 Nilai <i>Path Coefficient Direct Effect</i>	98
Tabel 4. 18 Nilai <i>Path Coefficient Indirect Effect</i>	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Presentase Pengguna Paylater 2021-2023 (%)	1
Gambar 1. 2 Grafik proporsi pengguna Paylater berdasarkan kelompok umur (%) ...	2
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	50
Gambar 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	75
Gambar 4. 2 Responden Berdasarkan Usia	75
Gambar 4. 3 Hasil Output PLS Algorithm	85

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Penulis.....	144
Lampiran 2 Kuisisioner Penelitian.....	146
Lampiran 3 Hasil Kuisisioner Penelitian	150
Lampiran 4 Hasil Uji Smart-PLS 4	151
Lampiran 5 Lembar Bebas Plagiarisme	155
Lampiran 6 Jurnal Bimbingan	156

ABSTRAK

Alfina Khoirun Nada, 2025; SKRIPSI, Judul: “Pengaruh *Islamic Financial Literacy*, *Financial Self-Efficacy* dan *Perceived Ease of Use* Terhadap *Financial Management Behavior* dengan *Intention* Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Generasi Z Pengguna Paylater di Kabupaten Tulungagung)”

Pembimbing : Nora Ria Retnasih, M.E

Kata Kunci : *Islamic Financial Literacy*, *Financial Self-Efficacy*, *Perceived Ease of Use*, *Financial Management Behavior*, *Intention*

Peran digital yang semakin menguasai seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk kesadaran mengenai perilaku manajemen keuangan terkhusus bagi generasi Z sebagai *digital native*. Penelitian ini berfokus pada variabel *Islamic financial literacy*, *financial self-efficacy*, dan *perceived ease of use* yang memengaruhi *financial management behavior* di kalangan pengguna Paylater Generasi Z di Kabupaten Tulungagung, yang dimediasi oleh *intention*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis variabel-variabel yang dijadikan fokus penelitian dengan adanya fenomena Paylater. Penelitian ini menghadirkan inovasi untuk membahas literasi keuangan, yang disandingkan dengan prinsip-prinsip Islam dalam implementasi Paylater, dan gagasan ini didasarkan pada *Theory of Planned Behavior* (TPB) sebagai landasan teoritis intinya.

Dalam penelitian ini, menggunakan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuisioner pada 125 responden Generasi Z yang merupakan pengguna Paylater dengan sasaran berdomisili di Kabupaten Tulungagung. *Software* yang digunakan untuk mengolah data yakni SmartPLS 4 menggunakan metode Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Islamic financial literacy* tidak berpengaruh terhadap *financial management behavior*, tetapi menunjukkan pengaruh positif dan signifikan pada *intention* dan juga ketika dimediasi. Namun, *financial self-efficacy* saling terkait, memiliki dampak positif terhadap *financial management behavior* dan *intention* melalui proses mediasi. Sebaliknya, *perceived ease of use* tidak menunjukkan efek mediasi dan berhubungan negatif terhadap *intention* dan *financial management behavior*. Temuan ini menekankan pentingnya mengadakan program edukasi literasi keuangan yang berfokus pada praktik dan penerapan dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, dorongan untuk memiliki keyakinan diri dalam pengelolaan keuangan dengan baik dan kesadaran finansial juga sangat dibutuhkan.

ABSTRACT

Alfina Khoirun Nada, 2025; THESIS, Title: “The Influence of Islamic Financial Literacy, Financial Self-Efficacy and Perceived Ease of Use on Financial Management Behavior with Intention as a Mediating Variable (Study on Generation Z Paylater Users in Tulungagung Regency)”

Advisor : Nora Ria Retnasih, M.E

Keywords : Islamic Financial Literacy, Financial Self-Efficacy, Perceived Ease of Use, Financial Management Behavior, Intention

The increasingly dominant role of digital technology in all aspects of human life includes awareness of financial management behavior, especially among Generation Z, digital natives. This study focuses on the variables of Islamic financial literacy, financial self-efficacy, and perceived ease of use, which influence financial management behavior among Generation Z Paylater users in Tulungagung Regency, mediated by intention. This study aims to analyze the variables focused on in light of the Paylater phenomenon. This research presents an innovative approach to discussing financial literacy, juxtaposed with Islamic principles in the implementation of Paylater. This idea is based on the Theory of Planned Behavior (TPB) as its core theoretical foundation.

This study used a quantitative approach by distributing questionnaires to 125 Generation Z respondents, Paylater users, residing in Tulungagung Regency. The software used to process the data was SmartPLS 4, using the Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) method.

The results showed that Islamic financial literacy had no effect on financial management behavior, but showed a positive and significant effect on intention, even when mediated. However, financial self-efficacy was interrelated, having a positive impact on both financial management behavior and intention through a mediation process. Conversely, perceived ease of use showed no mediation effect and was negatively related to intention and financial management behavior. These findings emphasize the importance of conducting financial literacy education programs that focus on practice and application in everyday life. Furthermore, encouragement to develop self-confidence in good financial management and financial awareness is also essential.

المستخلص

ألفينا خيرا الندا، ٢٠٢٥؛ أطروحة، عنوانها: "تأثير الثقافة المالية الإسلامية، والكفاءة الذاتية المالية، وسهولة فايلاتير دراسة على مستخدمي خدمة) الاستخدام المتصورة على سلوك الإدارة المالية مع اعتبار النية متغيرًا وسيطًا المشرفة: نورا ريا ريتناسيه، ماجستير في الهندسة الكلمات "(من جيل زد في مقاطعة تولونج أجونج المفتاحية: الثقافة المالية الإسلامية، الكفاءة الذاتية المالية، سهولة الاستخدام المتصورة، سلوك الإدارة المالية، النية

ينزايد دور التكنولوجيا الرقمية في جميع جوانب الحياة البشرية، بما في ذلك الوعي بسلوكيات الإدارة المالية، لا سيما بين جيل زد، جيل الرقميين. تركز هذه الدراسة على متغيرات الثقافة المالية الإسلامية، والكفاءة الذاتية المالية، وسهولة الاستخدام المتصورة، والتي تؤثر على سلوكيات الإدارة المالية لدى مستخدمي تطبيق فايلاتير من جيل زد في مقاطعة تولونج أجونج، وذلك بوساطة النية. تهدف هذه الدراسة إلى تحليل المتغيرات المذكورة في ضوء ظاهرة فايلاتير. يقدم هذا البحث منهجًا مبتكرًا لمناقشة الثقافة المالية، بالتوازي معالمبادئ الإسلامية في تطبيق فايلاتير. تستند هذه الفكرة إلى نظرية السلوك المخطط (ت ف ب) كأساس نظري لها.

استخدمت هذه الدراسة منهجًا كميًا من خلال توزيع استبيانات على ١٢٥ مستجيبًا من جيل زد، من مستخدمي فايلاتير، المقيمين في مقاطعة تولونج أجونج. استخدم برنامج سيماري - ت ف ل س لمعالجة البيانات، باستخدام أسلوب نمذجة المعادلات الهيكلية - المربعات الصغرى الجزئية (سيم - ف ل س)

أظهرت النتائج أن الثقافة المالية الإسلامية لم تؤثر على سلوك الإدارة المالية، ولكنها

أظهرت تأثيرًا إيجابيًا وهامًا على النية، حتى في حالة الوساطة. ومع ذلك، كانت الكفاءة الذاتية المالية مترابطة، حيث كان لها تأثير إيجابي على كل من سلوك الإدارة المالية والنية من خلال عملية وساطة. في المقابل، لم تظهر سهولة الاستخدام المدركة أي تأثير وساطة، وكانت مرتبطة سلبًا بالنية وسلوك الإدارة المالية. تؤكد هذه النتائج على أهمية تنفيذ برامج التنقيف المالي التي تركز على الممارسة والتطبيق في الحياة اليومية. علاوة على ذلك، يُعد التشجيع على تنمية الثقة بالنفس في الإدارة المالية السليمة والوعي المالي أمرًا أساسيًا.

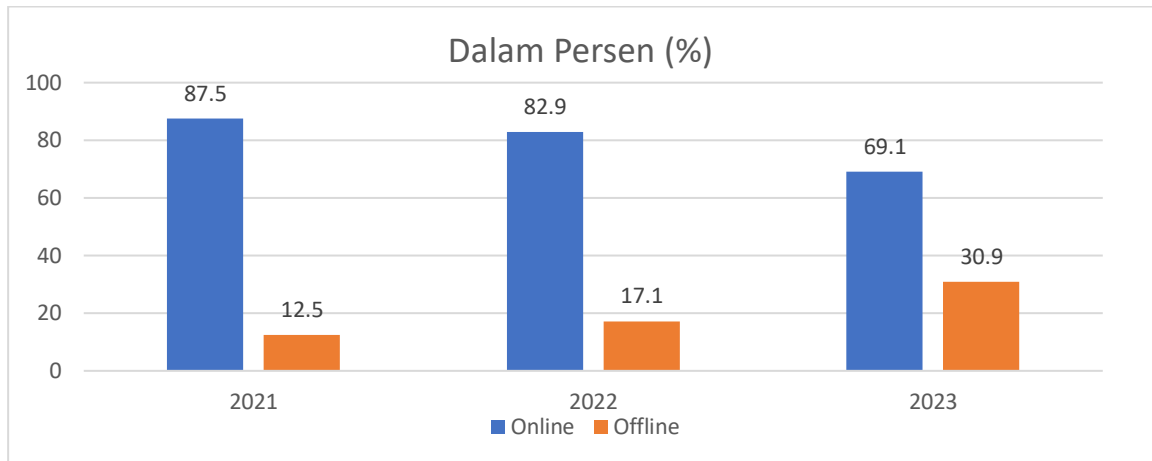
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi di Indonesia telah memasuki era yang sangat canggih, dimana semua informasi dapat diakses dengan cepat dan mudah. Kemudahan teknologi saat ini menimbulkan kebiasaan baru bagi masyarakat, terutama generasi Z sebagai *digital native* yang tumbuh di era serba digital, yang akhirnya kebiasaan sehari-hari generasi Z beracuan pada akses digital yang menampilkan berbagai iklan, promosi *influencer*, *fashion* dan konten gaya hidup yang mendorong budaya konsumtif. Budaya konsumtif ini didasari oleh keinginan membeli bukan hanya karena kebutuhan dan keinginan, tetapi juga untuk memenuhi kepuasan sosial dan estetika (Al hidayat & Fikhri, 2025). Maraknya budaya konsumtif yang didukung dengan kemudahan dan perkembangan teknologi ini dimanfaatkan secara optimal oleh para pebisnis terkhusus yang menggunakan *platform e-commerce*, mereka berbondong-bondong menyediakan tambahan layanan pembayaran bagi para konsumen menggunakan metode Paylater. Layanan Paylater (*buy now, pay later*) yang bermakna beli sekarang bayar nanti merupakan salah satu inovasi yang memudahkan transaksi pembelian secara instan dengan proses yang sangat mudah, tanpa jaminan fisik, fleksibel, dan dapat diakses dimana saja (Kamil et al., 2024).

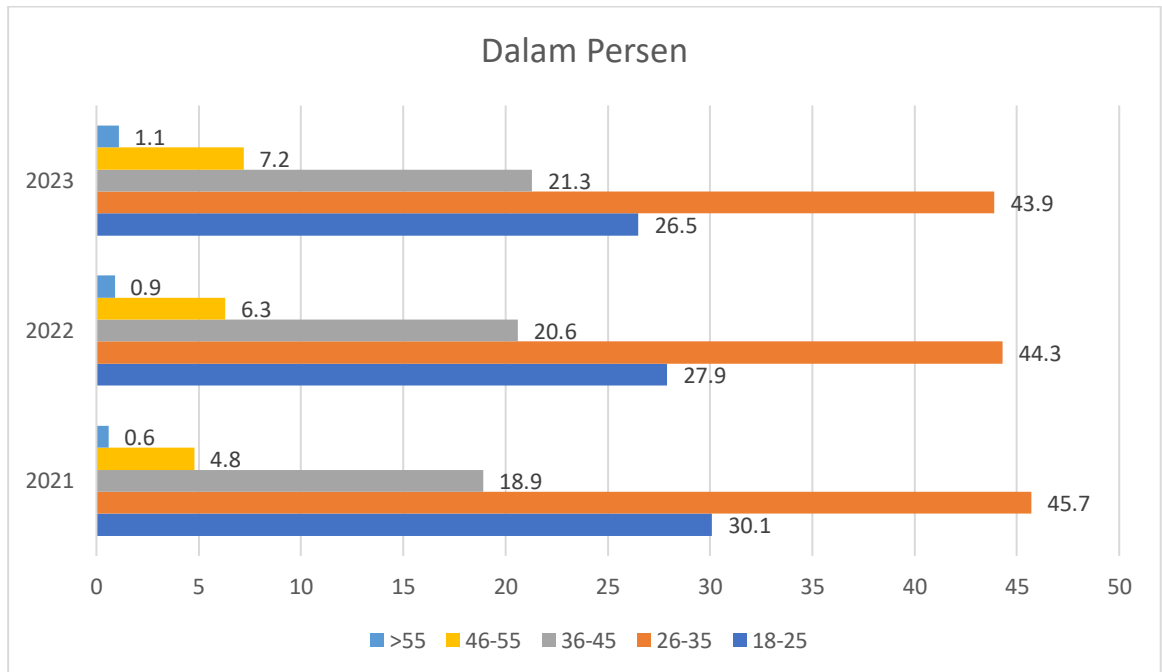
Gambar 1. 1 Grafik Presentase Pengguna Paylater 2021-2023 (%)



Sumber: Kredivo diolah Katadata Insight Center (2024)

Dapat dilihat dari grafik 1.1 bahwa metode pembayaran Paylater telah menguasai entitas tingkat konsumsi masyarakat di Indonesia. Dimana metode pembayaran Paylater tidak hanya melalui industri *online* tapi berlanjut ke industri *offline*. Pada tahun 2021 pengguna Paylater berada di angka 87,5% kemudian tahun 2022 menurun pada angka 82,9% hingga paling rendah tahun 2023 yakni 69,1%. Penurunan presentase tersebut bukan semata-mata karena tingkat pengguna Paylater semakin menurun, tetapi mereka hanya beralih dari pengguna *paylater online* ke *offline*. Sehingga presentase pengguna Paylater *offline* dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang awalnya tahun 2021 mencapai angka 12,5% berlanjut 17,1% pada tahun 2022 dan paling tinggi tahun 2023 yakni 30.9%. Semakin modern dan canggihnya teknologi sekarang ini, maka semakin mudah pula akses untuk mendapatkan segala hal, salah satunya dengan sistem *buy now, paylater* yang hampir tersedia disemua *platform e-commerce* seperti shoopee, dana, Traveloka, kredivo, akulaku dan *platform* lainnya.

Gambar 1. 2 Grafik proporsi pengguna Paylater berdasarkan kelompok umur (%)



Sumber: Kredivo diolah Katadata Insight Center (2024)

Berdasarkan grafik 1.2 proporsi pengguna Paylater didominasi oleh kelompok usia 18-35 tahun, yang dijuluki generasi Z yang lahir mulai dari tahun 1997 hingga 2012 dan generasi milenial yang lahir mulai tahun 1981 hingga 1996. Jika survei dimulai dari usia paling minimum generasi Z yakni 13 tahun, kemungkinan posisi tertinggi pengguna Paylater didominasi oleh generasi Z. Dibuktikan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sitepu & Fadila (2024) mengatakan bahwa sebanyak 71,76% pengguna Paylater adalah generasi Z yang tersebar ke 7 *platform* yang menyediakan layanan Paylater. Selain itu, survei *Fintech Trends: Paylater Users Rise* (2024) pada semester I tahun 2024 menunjukkan bahwa sebanyak 33% responden menggunakan Paylater yang didominasi oleh generasi Z. Dalam hal ini, generasi Z mendominasi penggunaan Paylater karena dilatarbelakangi oleh beberapa alasan yakni kemudahan akses, pengalaman bertransaksi yang positif, efisiensi, kesesuaian gaya hidup digital dan fleksibilitas (Nurfitri et al., 2025).

Fenomena ini juga terjadi di Provinsi Jawa Timur menurut Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan oleh Badan Pusat Statistik dan Otoritas Jasa Keuangan, Provinsi Jawa Timur menempati peringkat ke 4 setelah Provinsi Jawa Barat, DKI Jakarta dan Banten sebagai daerah paling banyak penggunaan Paylater secara *online* dengan presentase tahun 2021 mencapai 9,6%, tahun 2022 sebesar 11,1% dan juga tahun 2023 sebesar 11,2%. Sedangkan sebagai pengguna Paylater secara *offline*, Provinsi Jawa Timur menduduki peringkat ke 3 setelah Provinsi Jawa Barat dan DKI Jakarta dengan presentase tahun 2023 sebesar 11,4% (SNLIK oleh OJK dan BPS, 2024).

Salah satu daerah di Jawa Timur yang juga menghadapi fenomena ini adalah Kabupaten Tulungagung, dengan jumlah generasi Z sebanyak 860.288 jiwa (databoks, 2025). Selain itu kondisi ini juga didukung dengan berdirinya beberapa perguruan tinggi yakni UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dengan jumlah sekitar 20.000 mahasiswa, Universitas Tulungagung (UNITA) dengan jumlah sekitar 5.000 mahasiswa, Sekolah Tinggi Agama Islam Diponegoro (STAIIDIPTA) Tulungagung dengan jumlah sekitar 659 mahasiswa, Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung (UBHI) dengan jumlah sekitar 5.347 mahasiswa, STIKES Hutama Abdi Husada Tulungagung dengan jumlah sekitar 1.583 mahasiswa, STAI Muhammadiyah Tulungagung dengan jumlah sekitar 1.458 mahasiswa, dan STIKES Karya Putra Bangsa Tulungagung dengan jumlah sekitar 361 mahasiswa (*PDDikti*, n.d.), menjadikan Kabupaten Tulungagung sebagai tujuan pendidikan dan tempat menetap bagi mahasiswa dari berbagai daerah yang umumnya termasuk generasi Z. Outputnya pusat perbelanjaan menjamur, cafe banyak didirikan, dan pusat kuliner banyak ditemui (Novi Reza Pramasari et al., 2024; Pamudji, 2016), hal ini menjadikan tingkat ekonomi digital yakni Paylater semakin populer, dipicu oleh generasi Z yang umumnya usia 13

sampai 28 tahun belum berpenghasilan, tetapi tetap ingin eksis dan *trendy* dengan gaya hidup hedonis dan konsumtif.

Keputusan seseorang untuk memilih menggunakan Paylater ini terbentuk akibat kebiasaan atau perilaku yang dikenal dengan *financial management behavior*. *Financial management behavior* adalah perilaku pengelolaan keuangan yang meliputi aspek perencanaan, pengeluaran, penyimpanan dana, meminimalisir utang konsumtif dan pengelolaan anggaran pribadi agar tercipta kestabilan finansial dalam jangka panjang (Wijaya et al., 2024). *Financial management behavior* merupakan perilaku individu yang bertujuan mengendalikan sumber daya keuangan untuk mencapai kesejahteraan finansial. Namun, jika seseorang sudah terjerumus Paylater secara berlebihan atau melebihi batas wajar dari aturan *Debt Service to Income* (DSTI) yang mengatakan bahwa beban utang tidak boleh lebih dari 30% atau sepertiga dari pendapatan bulanan, karena akan memperburuk perilaku *financial management behavior*, maknanya presentase pendapatan akan lebih banyak digunakan untuk memenuhi kewajiban dan otomatis mengurangi porsi kebutuhan individu (Du Caju, 2022).

Financial management behavior terbentuk karena beberapa faktor yang memengaruhinya, pertama yakni *Islamic financial literacy* adalah kepiawaian individu dalam memahami, mengelola dan membuat keputusan keuangan berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam meliputi aspek pengetahuan, keterampilan dan keyakinan dalam menggunakan layanan keuangan syariah (Dina et al., 2023). Menurut Firdausi (2022) *Islamic financial literacy* tidak hanya mencakup kemampuan memahami produk keuangan syariah, tetapi juga kesadaran untuk menghindari praktik riba, gharar, dan perilaku konsumtif yang berlebihan. Kemampuan dan pemahaman yang baik tentang *Islamic financial literacy* diharapkan memberikan dampak positif pada sikap

masyarakat dalam pengambilan keputusan ekonomi sesuai nilai-nilai Islam dan pengelolaan keuangan yang terstruktur, walaupun dalam praktik nyatanya belum ada *platform* atau pebisnis yang menyediakan layanan Paylater berbasis syariah dengan mengedepankan prinsip-prinsip Islam yang mungkin bisa menjadi pilihan individu untuk memanfaatkan layanan Paylater dengan tetap menjunjung tinggi prinsip-prinsip Islam.. Pengelolaan keuangan yang terstruktur dengan tingkat literasi keuangan tinggi menjadi tolok ukur untuk membuat keputusan keuangan yang rasional, berinvestasi dengan bijak, mengurangi pengeluaran berlebih dan meningkatkan kebiasaan menabung (Siva Kumar, 2025).

Tabel 1. 1 Indeks Literasi Keuangan 2023 - 2024

Indeks	Jenis	Tahun	Hasil Survei
Literasi	Konvensional	2023	66,08%
		2024	66,64%
	Syariah	2023	39,11%
		2024	43,42%

Sumber: (SNLIK oleh OJK dan BPS, 2025)

Menurut data SNLIK oleh OJK dan BPS (2025) yang tertera pada tabel 1.1 menunjukkan peningkatan dari data konvensional tahun 2023 sebesar 65,08% menjadi 66,64% (cakupan DNKI) pada tahun 2024, untuk data literasi keuangan syariah tahun 2023 sebesar 39,11% mengalami peningkatan menjadi 43,42%, masih tertinggal jauh dari data indeks literasi keuangan konvensional. Rendahnya literasi keuangan Islam (syariah) menandakan perlunya penelitian dan juga intervensi yang lebih mendalam untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman masyarakat terkait *Islamic financial literacy*.

Selain *Islamic financial literacy*, variabel yang memengaruhi *financial management behavior* yang kedua adalah variabel *financial self-efficacy*. *Financial self-efficacy* merupakan optimisme individu terhadap kemampuan dirinya dalam mengelola keuangan secara terstruktur. *Self-efficacy* menjadi variabel psikologis karena memengaruhi motivasi, ketekunan dan ketahanan dalam menghadapi tantangan individu yang merupakan inti dari *social cognitive theory* yang diperkenalkan oleh (Bandura, 1977a). Teori *social cognitive theory* adalah setiap perilaku manusia dipengaruhi oleh interaksi timbal balik antara faktor kognitif, faktor lingkungan, dan perilaku itu sendiri. Menurut Bandura (1986), manusia bukan hanya hasil dari stimulus lingkungan, tetapi juga agen aktif yang mampu belajar melalui observasi, pengalaman serta keyakinan diri (*self-efficacy*).

Selain *Islamic financial literacy* dan *financial self-efficacy* variabel yang memengaruhi *financial management behavior* yang ketiga adalah variabel *perceived ease of use*. *Perceived ease of use* merupakan keyakinan bahwa teknologi dapat dimanfaatkan dengan mudah atau dengan usaha yang minim, sehingga dapat memengaruhi sikap individu (Davis, 1989). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Damayanti & Canggih (2021) *perceived ease of use* berpengaruh terhadap sikap individu dalam menggunakan *paylater* untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan dengan cara yang instan tanpa menunggu waktu lama, walaupun tanpa ada dana. Meskipun pada akhirnya tetap ada cicilan perbulan dengan tempo pembayaran sesuai kesepakatan. Namun, dengan banyaknya pengguna *Paylater* dapat dipastikan bahwa kemudahan ikut serta menjadi faktor pendorong penggunaan *paylater* di Indonesia.

Pada penelitian ini, hubungan antara *Islamic financial literacy*, *financial self-efficacy* dan *perceived ease of use* terhadap *financial management behavior* pada dasarnya dapat berlangsung tanpa perantara. Namun, terdapat bukti empiris dan teori

bahwa niat (*intention*) merupakan variabel yang memediasi hubungan antara variabel-variabel yang dipakai pada penelitian ini. Menurut *Theory of planned behavior* yang dikemukakan oleh Ajzen (1991) menyebutkan bahwa *intention* adalah prediktor utama yang menjembatani keyakinan, sikap, dan perilaku aktual yang bermakna sebelum individu melakukan tindakan nyata (*financial management behavior*) biasanya telah memiliki niat untuk berperilaku demikian, sehingga berbanding lurus dengan variabel *intention* sebagai mediasi.

Beberapa penelitian telah dilakukan oleh Nadziroh et al. (2025), & Dina et al. (2023) hasilnya membuktikan bahwa *Islamic financial literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial management behavior*. Namun, menurut penelitian Waty (2021) mengatakan bahwa *Islamic financial literacy* tidak berpengaruh terhadap *financial management behavior*. Perbedaan antara hasil penelitian tersebut disebabkan oleh pemahaman tentang keuangan. Dimana generasi Z sebagai responden pada penelitian Dina et al. (2023) dan santri sebagai responden pada penelitian Nadziroh et al. (2025) menunjukkan bahwa mereka memiliki tingkat pemahaman dan literasi keuangan yang tinggi, sehingga pengelolaan keuangan menjadi stabil serta meyakini terdapat manfaat ekonomi dan spiritual dari prinsip keuangan Islam. Kemudian, studi pada mahasiswa UPN Veteran Jakarta dikatakan tidak berpengaruh karena kurangnya nilai pengetahuan keuangan, perencanaan keuangan yang belum dilakukan dan sebagian mahasiswa kurang paham mengenai produk-produk dan lembaga keuangan (Waty, 2021).

Penelitian oleh Dwiyantri & Purnamasari (2023b), Rangkuti et al. (2023), Handayati et al. (2023), membuktikan bahwa *self-efficacy* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *financial management behavior*, termasuk tabungan dan perencanaan keuangan. Yang berarti semakin baik *self-efficacy* setiap individu, maka

semakin baik pula pengelolaan keuangannya. Efikasi diri sangat penting dan diperlukan dalam manajemen keuangan, individu dengan *self-efficacy* tinggi akan membuat pilihan yang cerdas untuk mewujudkan masa depan dengan meminimalisir rasa takut dalam mengelola keuangan. Sedangkan, menurut penelitian Pratama (2024) & Harianto (2021) mengatakan bahwa *self-efficacy* tidak berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan. Hal ini terjadi karena adanya keyakinan bahwa setiap orang memiliki perspektif yang berbeda mengenai tata cara pengelolaan keuangan pribadi. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa individu yang menunjukkan tingkat percaya diri tinggi terhadap *self-efficacy* akan cenderung lebih bertanggung jawab dalam menciptakan pengelolaan keuangan pribadi yang lebih optimal.

Penelitian oleh Ramadhan & Dasra Viana (2023) membuktikan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *financial management behavior*. Namun, menurut penelitian Pratama Marpaung et al. (2024) & Asja (2021) mengatakan bahwa *perceived ease of use* tidak berpengaruh terhadap *financial management behavior*. Perbedaan antara hasil penelitian tersebut disebabkan oleh tingkat literasi keuangan dan juga sikap terhadap kemajuan teknologi yang berbeda. Hasil penelitian Ramadhan & Dasra Viana (2023) dikatakan berpengaruh positif karena adanya kemudahan terhadap teknologi, termasuk penggunaan Paylater diterima dengan baik tanpa dipertimbangkan mengenai aspek literasi keuangan, kemampuan finansial dan juga efek jangka panjang. Berbeda dengan penelitian Pratama Marpaung et al. (2024) & Asja (2021) yang tetap realistis memikirkan efek jangka panjang dan juga kemampuan literasi keuangannya yang tinggi, sehingga ada banyak pilihan yang aman untuk memenuhi kebutuhannya.

Dalam penelitian ini, *intention* dijadikan variabel mediasi yang bertujuan untuk menjembatani pengaruh antara variabel *Islamic financial literacy*, *financial self-*

efficacy dan *perceived ease of use* terhadap *financial management behavior* pada generasi Z pengguna Paylater di Kabupaten Tulungagung. Menurut penelitian Mardianah Anisa & Rr. Iramani (2021) membuktikan bahwa *intention* memediasi antara *financial literacy* terhadap *financial management behavior*, sedangkan penelitian Wahyuni et al. (2023) mengatakan bahwa *intention* tidak memediasi antara *financial literacy* terhadap *financial management behavior*, yang bermakna meskipun individu memiliki tingkat literasi keuangan tertentu, jika individu tidak memiliki niat positif untuk melakukannya, kemungkinan individu tidak akan berhasil secara finansial. Perbedaan dari kedua penelitian ini dari karakteristik responden dan juga sumber pendapatan. Dimana sebagai mahasiswa yang pendapatannya masih bergantung pada orang tua dan juga dipengaruhi faktor eksternal meliputi terbatasnya pendapatan, dan kontrol orang tua menjadi alasan penting bagi mahasiswa bahwa niat belum cukup kuat memengaruhi perilaku keuangan walaupun tingkat literasi keuangan tinggi (Wahyuni et al., 2023). Sedangkan menurut Mardianah Anisa & Rr. Iramani (2021) dengan responden pengelola keuangan keluarga yang sudah memiliki penghasilan tetap, literasi keuangan yang tinggi mendorong adanya niat yang kuat untuk mengelola keuangan dengan bijak.

Pada penelitian ini menggunakan *intention* (niat) sebagai variabel mediasi yang digabungkan dengan *Islamic financial literacy* dan *financial self-efficacy* pada perilaku pengelolaan keuangan yang jarang digunakan peneliti sebagai satu-kesatuan variabel. Meskipun sudah banyak penelitian yang membahas tentang pengaruh *financial literacy*, *financial self-efficacy* terhadap *financial management behavior*, tetapi masih terdapat kekosongan dimana belum banyak penelitian yang mementingkan prinsip Islam dalam literasi keuangan di Indonesia, meskipun mayoritas penduduknya beragama Islam. Sementara perilaku finansial setiap individu bisa dipengaruhi oleh prinsip syariah

seperti pemahaman tentang riba, gharar dan budaya konsumtif yang disandingkan dengan penelitian penggunaan Paylater yang sedang *trend* sekarang ini. Peneliti berupaya untuk mengembangkan penelitian ini dari penelitian terdahulu dengan menggunakan data primer yang diuji menggunakan smart-PLS dengan subjek generasi Z di Kabupaten Tulungagung. Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti mengambil judul **“Pengaruh *Islamic Financial Literacy*, *Financial Self-Efficacy* dan *Perceived Ease of Use* Terhadap *Financial Management Behavior* dengan *Intention* Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Generasi Z Pengguna Paylater di Kabupaten Tulungagung)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka rumusan masalah yang didapatkan adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Islamic financial literacy* berpengaruh terhadap *financial management behavior* pada generasi Z pengguna Paylater di Kabupaten Tulungagung?
2. Apakah *financial self-efficacy* berpengaruh terhadap *financial management behavior* pada generasi Z pengguna Paylater di Kabupaten Tulungagung?
3. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *financial management behavior* pada generasi Z pengguna Paylater di Kabupaten Tulungagung?
4. Apakah *intention* berpengaruh terhadap *financial management behavior* pada generasi Z pengguna Paylater di Kabupaten Tulungagung?
5. Apakah *Islamic financial literacy* berpengaruh terhadap *intention* pada generasi Z pengguna Paylater di Kabupaten Tulungagung?
6. Apakah *financial self-efficacy* berpengaruh terhadap *intention* pada generasi Z pengguna Paylater di Kabupaten Tulungagung?

7. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *intention* pada generasi Z pengguna Paylater di Kabupaten Tulungagung?
8. Apakah *intention* memiliki pengaruh dalam memediasi hubungan antara *Islamic financial literacy* terhadap *financial management behavior*?
9. Apakah *intention* memiliki pengaruh dalam memediasi hubungan antara *financial self-efficacy* terhadap *financial management behavior*?
10. Apakah *intention* memiliki pengaruh dalam memediasi hubungan antara *perceived ease of use* terhadap *financial management behavior*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian yang ingin dicapai peneliti adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisa pengaruh *Islamic financial literacy* terhadap *financial management behavior* pada generasi Z pengguna Paylater di Kabupaten Tulungagung
2. Untuk menganalisa pengaruh *financial self-efficacy* terhadap *financial management behavior* pada generasi Z pengguna Paylater di Kabupaten Tulungagung
3. Untuk menganalisa pengaruh *perceived ease of use* terhadap *financial management behavior* pada generasi Z pengguna Paylater di Kabupaten Tulungagung
4. Untuk menganalisa pengaruh *intention* terhadap *financial management behavior* pada generasi Z pengguna Paylater di Kabupaten Tulungagung
5. Untuk menganalisa pengaruh *Islamic financial literacy* terhadap *intention* pada generasi Z pengguna Paylater di Kabupaten Tulungagung

6. Untuk menganalisa pengaruh *financial self-efficacy* terhadap *intention* pada generasi Z pengguna Paylater di Kabupaten Tulungagung
7. Untuk menganalisa pengaruh *perceived ease of use* terhadap *intention* pada generasi Z pengguna Paylater di Kabupaten Tulungagung
8. Untuk menganalisa pengaruh *intention* dalam memediasi hubungan antara *Islamic financial literacy* terhadap *financial management behavior* pada generasi Z pengguna Paylater di Kabupaten Tulungagung
9. Untuk menganalisa pengaruh *intention* dalam memediasi hubungan antara *financial self-efficacy* terhadap *financial management behavior* pada generasi Z pengguna Paylater di Kabupaten Tulungagung
10. Untuk menganalisa pengaruh *intention* dalam memediasi hubungan antara *perceived ease of use* terhadap *financial management behavior* pada generasi Z pengguna Paylater di Kabupaten Tulungagung

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dipaparkan di atas, maka diperoleh manfaat penelitian adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Menambah wawasan dan pemahaman mengenai pengaruh *Islamic financial literacy*, *financial self-efficacy* dan *perceived ease of use* terhadap *financial management behaviour* dan *intention* sebagai mediasi
 - b. Penelitian ini memperluas penerapan *Theory of Planned Behaviour* (TPB) dengan menunjukkan peran *intention* sebagai jembatan antara literasi, *self-efficacy*, kemudahan dan perilaku keuangan.

- c. Menggabungkan prinsip-prinsip keuangan Islam dengan aspek psikologis sehingga menghasilkan model perilaku keuangan yang komprehensif dan relevan dengan masyarakat muslim
- d. Menjadi rujukan bagi akademisi untuk penelitian selanjutnya dengan menambahkan variabel lain.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Pemerintah dan Regulator (OJK, DSN-MUI)

Memberikan saran untuk perumusan kebijakan dan program literasi keuangan syariah yang lebih komprehensif dan menawarkan kemudahan bagi generasi muda, terutama dalam penggunaan *paylater*

- b. Bagi Lembaga Keuangan dan Penyedia *Paylater*

Sebagai ide untuk mengembangkan *paylater* berbasis syariah dan mengedukasi terkait risikonya

- c. Bagi Universitas

Memberikan data empiris yang bisa digunakan dalam perancangan kurikulum atau program literasi keuangan syariah

- d. Bagi Masyarakat dan Generasi Z

Meningkatkan kesadaran pentingnya pengelolaan keuangan yang baik agar terhindar dari perilaku konsumtif dan meningkatkan pemahaman akan literasi keuangan, khususnya literasi keuangan syariah.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti menggunakan hasil penelitian terdahulu sebagai bentuk upaya dalam menemukan parameter serta tujuan untuk mendapatkan inspirasi dalam melakukan penelitian selanjutnya. Penelitian terdahulu dapat menjadi referensi yang baik dalam menyempurnakan kajian yang sedang dilakukan. Berikut adalah beberapa hasil penelitian terdahulu yang dianggap relevan dengan penelitian ini:

Pertama, penelitian oleh Wijaya et al. (2024) yang berjudul “*The Impact of Religiosity and Financial Literacy on Financial Management Behavior and Well-Being among Indonesian Muslims*” memperoleh hasil bahwa *Islamic financial literacy* memiliki pengaruh positif (paling kuat) dan signifikan terhadap *financial management behaviour* dan *financial well-being*. Diikuti oleh *religiosity* yang juga berpengaruh positif. Sementara faktor demografi seperti usia, pendidikan dan pendapatan juga berpengaruh terhadap literasi keuangan dan perilaku keuangan, tidak hanya itu, walaupun generasi Z memiliki presentase literasi keuangan 4 tertinggi, faktanya generasi lebih tua yang memiliki perilaku keuangan dan keamanan finansial yang lebih baik.

Kedua, penelitian oleh Azzahra & Wahyuni (2024) yang berjudul “*Financial Management Behavior dengan Financial Self-Efficacy Sebagai Variabel Moderasi*” memperoleh hasil bahwa variabel *financial literacy* berpengaruh signifikan terhadap *financial management behavior*, namun ketika dimoderasi oleh *financial self-efficacy* hasil menunjukkan hubungan tersebut menjadi negatif dan tidak signifikan. Variabel *locus of control* tidak berpengaruh signifikan terhadap *financial management behavior*,

namun ketika dimoderasi oleh *financial self-efficacy* hasil menunjukkan hubungan tersebut menjadi positif dan signifikan. Variabel *income* berpengaruh signifikan terhadap *financial management behavior* maupun ketika dimoderasi oleh *financial self-efficacy* menunjukkan hasil yang sama.

Ketiga, penelitian oleh Handayati et al. (2023) yang berjudul “*The Role of Self-efficacy and Financial Attitude to Financial Well-Being: Mediation of MSME Financial Behavior*” memperoleh hasil bahwa *financial attitude* berpengaruh signifikan terhadap *financial behavior* dan *financial well-being*. *Financial behavior* juga berpengaruh signifikan terhadap *financial well-being* serta menjadi partial mediator hubungan antara *financial attitude* dan *financial well-being*. Selain itu, *financial self-efficacy* berpengaruh signifikan terhadap *financial behavior* dan *financial well-being*, tetapi *financial behavior* tidak memediasi hubungan tersebut

Keempat, penelitian oleh Dwiyanti & Purnamasari (2023b) yang berjudul “*The Role of Financial Literacy, Self-Efficacy, and Religiosity on Financial Behavior in The Moderation of Saving Behavior*” memperoleh hasil bahwa *financial literacy* dan *self-efficacy* berpengaruh positif terhadap *financial behavior*. Sedangkan *religiosity* berpengaruh negatif terhadap *financial behavior* dan *saving behavior* sebagai variabel moderasi tidak mampu memoderasi hubungan antara *financial literacy*, *self-efficacy* dan *religiosity* terhadap *financial behavior*.

Kelima, penelitian oleh Rangkuti et al. (2023) yang berjudul “*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Masyarakat dalam Mengelola Keuangan dengan Niat sebagai Variabel Intervening*” memperoleh hasil bahwa sikap keuangan, sumber pendapatan, dan niat berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan, sedangkan literasi keuangan berpengaruh positif namun tidak signifikan. Secara simultan, keempat variabel berpengaruh signifikan, dengan niat hanya

memediasi pengaruh sikap keuangan, bukan literasi keuangan maupun sumber pendapatan. Model penelitian mampu menjelaskan 20,8% variasi perilaku pengelolaan keuangan.

Keenam, penelitian oleh Setianingsih et al. (2022) yang berjudul “*The Effect of Financial Knowledge, Financial Planning, Internal Locus of Control, and Financial Self-Efficacy on Financial Management Behavior: A Case Study of SMEs Grocery Stores*” memperoleh hasil bahwa *financial knowledge* dan *locus of control internal* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial management behavior*, sedangkan *financial planning* dan *financial self-efficacy* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *financial management behavior*. Secara simultan, keempat variabel berpengaruh signifikan terhadap *financial management behavior*. Model penelitian menjelaskan 24,9% variasi *financial management behavior*, sisanya 75,1% dipengaruhi faktor lain di luar model.

Ketujuh, penelitian oleh Lukesi et al. (2021) yang berjudul “*Effect of Financial Attitudes, Financial Knowledge, Locus of Control, and Financial Self-Efficacy to Financial Management Behavior in Millennial Generation*” memperoleh hasil bahwa *financial attitude*, *financial knowledge*, *locus of control* dan *financial self-efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial management behavior*. dengan variabel yang paling dominan memengaruhi *financial management behavior* adalah *financial attitude*. Hal ini menunjukkan bahwa generasi milenial cenderung konsumtif tetapi tetap memiliki kesadaran untuk mengelola keuangan dengan baik melalui ke empat variabel tersebut.

Kedelapan, penelitian oleh Patrisia et al. (2023) yang berjudul “*Generation Z's Financial Behaviour: The Role of Islamic Financial Literacy*” memperoleh hasil bahwa pola komunikasi keluarga berpengaruh signifikan terhadap literasi keuangan Islam

(IFL) dan *risk tolerance*. IFL berpengaruh positif pada *risk tolerance* dan *financial behaviour*, serta memperkuat hubungan antara *risk tolerance* dan *financial behaviour*. *Risk tolerance* sendiri berpengaruh signifikan terhadap *financial behaviour*.

Kesembilan, penelitian oleh Nadziroh et al. (2025) yang berjudul “Pengaruh *Islamic Financial Literacy*, *Financial Knowledge* dan *Financial Attitude* Terhadap *Financial Management Behavior* (Studi Pada Santri Pondok Pesantren Sabilurrosyad Malang)” memperoleh hasil bahwa *Islamic Financial Literacy*, *Financial Knowledge* dan *Financial Attitude* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Financial Management Behavior*. Dibuktikan dengan semakin tinggi literasi keuangan Islam, pemahaman yang baik tentang keuangan dan sikap keuangan yang positif akan mewujudkan pengelolaan keuangan, pengambilan keputusan keuangan dan pengelolaan keuangan yang baik, sehat dan bertanggung jawab bagi santri.

Kesepuluh, penelitian oleh Rahmatang et al. (2024) yang berjudul “Pengaruh *Islamic Financial Literacy*, *Lifestyle*, dan *Self Control* terhadap *Financial Management Behavior* pada Mahasiswa FEBI UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi” memperoleh hasil bahwa variabel *lifestyle* dan *self-control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial management behavior*. Sedangkan variabel *Islamic financial literacy* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap *financial management behavior*. Secara simultan, ketiga variabel berpengaruh signifikan terhadap *financial management behavior*.

Kesebelas, penelitian oleh Denytasari et al. (2023a) yang berjudul “*The Effect of Financial Literacy and Attitudes on Financial Management Behavior through Community Behavioral Intentions*” memperoleh hasil bahwa *Financial Literacy* tidak memengaruhi *Behavioral Intention*, tetapi berpengaruh positif terhadap *Financial Management Behavior*. *Financial Attitude* berpengaruh positif terhadap *Behavioral*

Intention dan *Financial Management Behavior*, serta pengaruhnya dimediasi secara signifikan oleh *Behavioral Intention*. *Behavioral Intention* juga berpengaruh positif terhadap *Financial Management Behavior*. Model penelitian mampu menjelaskan 75,7% variasi *Financial Management Behavior*.

Keduabelas, penelitian oleh Wahyuni et al. (2023) yang berjudul “*Financial literacy and financial attitude on financial management behavior: An examination of the mediating role of the behavioral intention of students at private universities in Indonesia*” memperoleh hasil bahwa *financial literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial management behavior* serta *behavioral intention*. Sementara itu, *financial attitude* hanya berpengaruh signifikan terhadap *financial management behavior*, namun tidak terhadap *behavioral intention*. Selanjutnya, *behavioral intention* terbukti berpengaruh signifikan terhadap *financial management behavior*. Akan tetapi, *behavioral intention* tidak berperan sebagai mediator pada hubungan *financial literacy* maupun *financial attitude* terhadap *financial management behavior*.

Ketigabelas, penelitian oleh Prasetyo (2024) dengan judul “*The effect of Islamic financial literacy, spiritual intelligence, and business ethics on the behavior of the millennial generation with the mediating variable of intention to use Islamic banking services in depok city*” memperoleh hasil bahwa *Islamic financial literacy, spiritual intelligence, and business ethics* berpengaruh positif terhadap *intention* sebagai variabel mediasi dan *behavior of the millennial generation* sebagai variabel dependen. Yang artinya, semakin tinggi literasi keuangan Islam, atau semakin baik kecerdasan spiritual atau semakin kuat etika bisnis responden. Maka semakin besar pula niat menggunakan bank syariah.

Keempatbelas, penelitian oleh Eviana (2022) dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Penggunaan Sistem Pembayaran Paylater” memperoleh hasil bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *intention*, yang artinya kemajuan teknologi berupa layanan transaksi Paylater yang menawarkan kemudahan bagi penggunanya dapat meningkatkan niat atau minat individu dalam menggunakannya, jadi dapat disimpulkan semakin mudah sistem Paylater maka akan semakin banyak pula individu yang memanfaatkannya.

Kelimabelas, penelitian oleh Ramadhan & Dasra Viana (2023) dengan judul “*The Influencer of Perceived Ease of Use, Perceived Risk, and Locus of Control on the Financial Behavior of Fintech Lending Users*” memperoleh hasil bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *financial management behavior*, yang artinya kemajuan teknologi berupa layanan transaksi *paylater* memberikan kemudahan bagi penggunanya sehingga meningkatkan perilaku pengelolaan keuangan individu, jadi dapat disimpulkan semakin mudah sistem Paylater maka akan semakin baik pula *financial management behavior* individu.

Keenambelas, penelitian oleh Yuniansyah et al. (2025) dengan judul “*Structural Equation Modeling Factors That Influence Online Course Acceptance in University Students*” memperoleh hasil bahwa *intention* secara langsung dan tidak langsung memediasi pengaruh positif dan signifikan antara variabel *perceived ease of use* terhadap *financial management behavior*, yang artinya kemajuan teknologi berupa layanan transaksi *paylater* memberikan kemudahan bagi penggunanya sehingga meningkatkan perilaku pengelolaan keuangan individu yang secara langsung dan tidak langsung dijumpai oleh niat individu sebelum melakukan Tindakan.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Variabel	Hasil	Model Penelitian
1.	Haykal Rafif Wijaya, Sri Rahayu Hijrah Hati, Irwan Adi Ekaputra & Salina Kassim. (2024) “ <i>The Impact of Religiosity and Financial Literacy on Financial Management Behavior and Well-Being among Indonesian Muslims</i> ”	<i>Centrality of Religiosity</i> (X1), <i>Islamic financial literacy</i> (X2), <i>financial management behaviour</i> (Y1). <i>Financial well-being</i> (Y2)	X2 memiliki pengaruh positif (paling kuat) dan signifikan terhadap Y1 dan Y2, diikuti oleh X1 juga berpengaruh positif. Sementara faktor demografi seperti usia, pendidikan dan pendapatan juga berpengaruh terhadap X2 dan Y1	<i>Structural Equation Modeling</i> (SEM-AMOS).
2.	Aisyah Azzahra & Nanik Wahyuni (2024) “ <i>Financial Management Behavior dengan Financial Self-Efficacy Sebagai Variabel Moderasi</i> ”	<i>Financial literacy</i> (X1), <i>Locus of control</i> (X2), <i>Income</i> (X3), <i>financial self-efficacy</i> (Z), <i>financial management behavior</i> (Y)	X1 berpengaruh signifikan terhadap Y, tetapi menjadi negatif dan tidak signifikan saat dimoderasi Z. X2 awalnya tidak signifikan, namun menjadi positif dan signifikan dengan moderasi Z. X3 berpengaruh signifikan baik tanpa maupun dengan moderasi Z.	Analisis Partial Least Square (PLS)
3.	Puji Handayati, Nurika Restuningdyah, Ratnawati, & Meldona (2023) “ <i>The Role of Self-efficacy and Financial Attitude to Financial Well-</i>	<i>Financial Attitude</i> (X1), <i>Financial Self-Efficacy</i> (X2), <i>Financial Behavior</i> (Z), <i>Financial Well-Being</i> (Y)	X1 berpengaruh signifikan terhadap Z dan Y. Z juga berpengaruh signifikan terhadap Y serta menjadi partial mediator hubungan antara	Structural Equation Modeling (SEM) – AMOS.

	<i>Being: Mediation of MSME Financial Behavior”</i>		X1 dan Y. Selain itu, X2 berpengaruh signifikan terhadap Z dan Y, tetapi Z tidak memediasi hubungan tersebut.	
4.	Nur Anisa Dwiyantri & Puji Endah Purnamasari (2023b) “ <i>The Role of Financial Literacy, Self-Efficacy, and Religiosity on Financial Behavior in The Moderation of Saving Behavior</i> ”	<i>Financial Literacy (X1), Self-Efficacy (X2), Religiosity (X3), Saving Behavior (Z) & Financial Behavior (Y)</i>	X1 dan X2 berpengaruh positif terhadap Y. Sedangkan X3 berpengaruh negatif terhadap Y dan Z sebagai variabel moderasi tidak mampu memoderasi hubungan antara X1, X2 dan X3 terhadap Y.	Partial Least Squares (PLS)
5.	Anisa Rangkuti, Muhammad Fuad & Meutia Dewi (2023) “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Masyarakat dalam Mengelola Keuangan dengan Niat sebagai Variabel <i>Intervening</i> ”	Literasi Keuangan (X1), Sikap Keuangan (X2), Sumber Pendapatan (X3), Niat (Z), Perilaku Pengelolaan Keuangan (Y)	X2, X3, dan Z berpengaruh positif dan signifikan terhadap Y, sedangkan X1 berpengaruh positif namun tidak signifikan. Secara simultan, keempat variabel berpengaruh signifikan, dengan Z hanya memediasi pengaruh X2, bukan X1 maupun X3.	Analisis regresi linear berganda dan analisis jalur (<i>path analysis</i>) dengan uji Sobel untuk menguji efek mediasi
6.	Dias Setianingsih, Meutia Dewi, Ayu Chanda (2022) “ <i>The Effect of Financial Knowledge,</i>	<i>Financial knowledge (X1), Financial planning (X2), Locus of control internal (X3), Financial</i>	X1 dan X3 berpengaruh positif dan signifikan terhadap Y sedangkan X2 dan X4 berpengaruh	<i>Multiple Linear Regression Analysis</i>

	<i>Financial Planning, Internal Locus of Control, and Financial Self-Efficacy on Financial Management Behavior: A Case Study of SMEs Grocery Stores</i>	<i>self-efficacy (X4) & Financial management behavior (Y)</i>	positif namun tidak signifikan terhadap Y.	
7.	Erвина Lukesi, Erna Reta Rahadjeng, Novita Ratna Satiti (2021) “Effect of Financial Attitudes, Financial Knowledge, Locus of Control, and Financial Self-Efficacy to Financial Management Behavior in Millennial Generation”	<i>Financial attitude (X1), Financial knowledge (X2), Control center (X3), Financial self-efficacy (X4) & Financial management behavior (Y)</i>	Variabel X1, X2, X3 dan X4 berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y	analisis regresi linier berganda
8.	Dina Patrisia, Abror Abror, Shabbir Dastgir, Rita Rahayu (2023) “Generation Z’s Financial Behaviour: The Role of Islamic Financial Literacy”	<i>Family Communication Patterns (Conformity & Conversation) (X1), Islamic Financial Literacy (IFL) (X2) Risk Tolerance (X3) Financial Behaviour (Y)</i>	X1 berpengaruh signifikan terhadap X2 dan X3. X2 berpengaruh positif pada X3 dan Y, serta memperkuat hubungan antara X3 dan Y. X3 sendiri berpengaruh signifikan terhadap Y.	<i>Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS)</i>
9.	Umi Aimmatun Nadziroh, Anik Malikah & Mohamad Bastomi (2025) “Pengaruh Islamic Financial Literacy, Financial Knowledge dan Financial Attitude Terhadap Financial	<i>Islamic Financial Literacy (X1) Financial Knowledge (X2) Financial Attitude (X3) & Financial Management Behavior (Y)</i>	X1, X2 dan X3 secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Y	Analisis regresi linier berganda dengan SPSS 25

	<i>Management Behavior</i> (Studi Pada Santri Pondok Pesantren Sabilurrosyad Malang)”			
10.	Rahmatang, Elyanti Rosmanidar, Beid Fitrianova Andriani (2024) “Pengaruh <i>Islamic Financial Literacy, Lifestyle</i> , dan <i>Self Control</i> terhadap <i>Financial Management Behavior</i> pada Mahasiswa FEBI UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi”	<i>Islamic Financial Literacy</i> (X1), <i>Lifestyle</i> (X2), <i>Self-Control</i> (X3) & <i>Financial Management Behavior</i> (Y)	variabel X2 dan X3 berpengaruh positif dan signifikan terhadap Y. Sedangkan variabel X1 berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Y.	Regresi linier berganda
11.	Rizma Denytasari & Novi Khoiriawati (2023) “ <i>The Effect of Financial Literacy and Attitudes on Financial Management Behavior through Community Behavioral Intentions</i> ”	<i>Financial Literacy</i> (X1), <i>Financial Attitude</i> (X2), <i>Behavioral Intention</i> (Z), <i>Financial Management Behavior</i> (Y)	X1 tidak memengaruhi Z, tetapi berpengaruh positif terhadap Y. X2 berpengaruh positif terhadap Z dan Y, serta pengaruhnya dimediasi secara signifikan oleh Z. Z juga berpengaruh positif terhadap Y.	<i>Structural Equation Modeling – Partial Least Squares</i> (SEM-PLS)
12.	Sri Fitri Wahyuni, Radiman, Muhammad Shareza Hafiz, Jufrizen (2023) “ <i>Financial literacy and financial attitude on financial management behavior: An examination of the mediating role of the behavioral intention of students at private</i>	<i>Financial literacy</i> (X1), <i>financial attitude</i> (X2), <i>behavioral intention</i> (Z), <i>Financial management behavior</i> (Y).	X1 berpengaruh positif dan signifikan terhadap Y serta Z. Sementara itu, X2 hanya berpengaruh signifikan terhadap Y, namun tidak terhadap Z. Selanjutnya, Z terbukti berpengaruh signifikan	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i> dengan <i>Partial Least Square (PLS)</i>

	<i>universities in Indonesia</i>		terhadap Y. Akan tetapi, Z tidak berperan sebagai mediator pada hubungan X1 maupun X2 terhadap Y.	
13	Widhy Prasetyo, Mukhaer Pakkanna (2024) “The effect of Islamic financial literacy, spiritual intelligence, and business ethics on the behavior of the millennial generation with the mediating variable of intention to use Islamic banking services in depok city”	<i>Islamic financial literacy (X1), spiritual intelligence (X2), business ethics (X3), intention (Z), behavior of the millennial generation (Y)</i>	X1,X2,X3 berpengaruh positif terhadap Z dan Y	<i>Structural Equation Modeling (SEM) dengan Partial Least Square (PLS)</i>
14	Eviana, V., & Saputra, A. J. (2022) “Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Penggunaan Sistem Pembayaran Paylater”	<i>Facilitating Conditions (X1), Perceived Ease (X2), Hedonic Motivation (X3), Suku bunga (X4) Pendapatan (X5), Intention to Use (Y).</i>	X1, X2, X3 berpengaruh positif dan signifikan terhadap Y dan X4, X5 berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Y.	<i>Multiple Linear Regression Analysis menggunakan alat statistic SPSS 25</i>
15	Akbar Nur Ramadhan dan Eka Dasra Viana (2023) “The Influencer of Perceived Ease of Use, Perceived Risk, and Locus of Control on the Financial Behavior of Fintech Lending Users”	<i>Perceived Ease of Use (X1), Perceived Risk (X2), Locus of Control (X3), dan financial management behavior (Y).</i>	X1 dan X3 berpengaruh positif dan signifikan terhadap Y, sedangkan X2 berpengaruh tidak signifikan terhadap Y.	<i>SEM-PLS (Structural Equation Modeling – Partial Least Squares)</i>
16	Yuniansyah, Febria Sri Handayani, Eka Hartati dan Yarza Aprizal (2025)	<i>Perceived Ease of Use (X1), Perceived Usefulness (X2),</i>	X1, X2, dan X3 berpengaruh positif dan signifikan terhadap Y dan Z	<i>Structural Equation Modeling – Partial Least</i>

	<i>“Structural Equation Modeling Factors That Influence Online Course Acceptance in University Students”</i>	<i>Facilitating Conditions (X3), Intention to Use (Z) dan financial management behavior (Y).</i>	sebagai variabel mediasi	<i>Squares (SEM-PLS)</i>
--	--	--	--------------------------	--------------------------

Sumber: Data diolah Peneliti, 2025

2.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian

Persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini dapat dilihat dari beberapa penelitian terdahulu yang telah disebutkan di atas. Seperti yang dijelaskan dalam tabel berikut ini:

Tabel 2. 2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian

No.	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Haykal Rafif Wijaya, Sri Rahayu Hijrah Hati, Irwan Adi Ekaputra & Salina Kassim. (2024) <i>“The Impact of Religiosity and Financial Literacy on Financial Management Behavior and Well-Being among Indonesian Muslims”</i>	Sama-sama meneliti <i>Islamic financial literacy (X2), financial management behaviour (Y).</i>	Menggunakan metode SEM-AMOS bukan SEM-PLS, sampel generasi Z di Kabupaten Tulungagung.
2.	Aisyah Azzahra & Nanik Wahyuni (2024) <i>“Financial Management Behavior dengan Financial Self-Efficacy Sebagai Variabel Moderasi”</i>	Sama-sama meneliti <i>financial self-efficacy, dan financial management behavior (Y), metode PLS</i>	Hanya menggunakan variabel FL bukan IFL, sampel generasi Z di Kabupaten Tulungagung
3.	Puji Handayati, Nurika Restuningdyah, Ratnawati, & Meldona (2023) <i>“The Role of Self-efficacy and Financial Attitude to Financial Well-Being: Mediation of MSME Financial Behavior”</i>	Menunjukkan peran FSE memengaruhi FMB	<i>Sample</i> MSME bukan Gen Z, outcome akhir bukan hanya FMB 26apia da <i>Financial Well-Being</i> , menggunakan metode SEM-AMOS bukan PLS.

4.	Nur Anisa Dwiyanti & Puji Endah Purnamasari (2023b) <i>“The Role of Financial Literacy, Self-Efficacy, and Religiosity on Financial Behavior in The Moderation of Saving Behavior”</i>	Menggunakan FSE sebagai variabel X, metode PLS	Hanya menggunakan variabel FL bukan IFL
5.	Anisa Rangkuti, Muhammad Fuad & Meutia Dewi (2023) “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Masyarakat dalam Mengelola Keuangan dengan Niat sebagai Variabel <i>Intervening</i> ”	Sama-sama meneliti <i>Intention</i> sebagai variabel mediasi dan <i>Financial Management Behavior</i> sebagai variabel Y.	Menggunakan metode analisis regresi linear berganda dan analisis jalur (<i>path analysis</i>) dengan uji Sobel bukan SEM-PLS
6.	Dias Setianingsih, Meutia Dewi, Ayu Chanda (2022) <i>“The Effect of Financial Knowledge, Financial Planning, Internal Locus of Control, and Financial Self-Efficacy on Financial Management Behavior: A Case Study of SMEs Grocery Stores”</i>	Sama-sama menggunakan variabel <i>Financial Self-Efficacy</i> on <i>Financial Management Behavior</i>	Analisis menggunakan <i>Multiple Linear Regression</i> bukan SEM-PLS, sampel SMEs <i>Grocery Stores</i> bukan Gen Z, tidak menguji intention atau IFL.
7.	Ervina Lukesi, Erna Reta Rahadjeng, Novita Ratna Satiti (2021) <i>“Effect of Financial Attitudes, Financial Knowledge, Locus of Control, and Financial Self-Efficacy to Financial Management Behavior in Millennial Generation”</i>	Sama sama menggunakan variabel <i>Financial Self-Efficacy</i> to <i>Financial Management Behavior</i>	Fokus ke generasi milenial bukan generasi Z, tidak menggunakan variabel IFL dan intention, metode analisis regresi berganda.
8.	Dina Patrisia, Abror Abror, Shabbir Dastgir, Rita Rahayu (2023) <i>“Generation Z’s Financial Behaviour: The Role of Islamic Financial Literacy”</i>	Sama-sama menggunakan variabel IFL, dan sampel Gen Z, metode SEM-PLS.	Tidak fokus pada FSE/ <i>paylater intention</i> , tempat penelitian di Kabupaten Tulungagung

9.	Umi Aimmatun Nadziroh, Anik Malikah & Mohamad Bastomi (2025) “Pengaruh <i>Islamic Financial Literacy</i> , <i>Financial Knowledge</i> dan <i>Financial Attitude</i> Terhadap <i>Financial Management Behavior</i> (Studi Pada Santri Pondok Pesantren Sabilurrosyad Malang)”	Sama-sama menggunakan <i>Islamic Financial Literacy</i> sebagai variabel X dan <i>Financial Management Behavior</i> sebagai variabel Y.	Menggunakan metode regresi linier berganda bukan SEM-PLS.
10.	Rahmatang, Elyanti Rosmanidar, Beid Fitrianova Andriani (2024) “Pengaruh <i>Islamic Financial Literacy</i> , <i>Lifestyle</i> , dan <i>Self Control</i> terhadap <i>Financial Management Behavior</i> pada Mahasiswa FEBI UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi”	Sama-sama menggunakan <i>Islamic Financial Literacy</i> sebagai variabel X dan <i>Financial Management Behavior</i> sebagai variabel Y.	Menggunakan metode regresi linier berganda bukan SEM-PLS.
11.	Rizma Denytasari & Novi Khoiriawati (2023) “ <i>The Effect of Financial Literacy and Attitudes on Financial Management Behavior through Community Behavioral Intentions</i> ”	FMB sebagai variabel Y, <i>Intention</i> sebagai variabel Z, menggunakan metode SEM-PLS	Hanya menggunakan variabel FL bukan IFL
12.	Sri Fitri Wahyuni, Radiman, Muhammad Shareza Hafiz, Jufrizen (2023) “ <i>Financial literacy and financial attitude on financial management behavior: An examination of the mediating role of the behavioral intention of students at private universities in Indonesia</i> ”	Sama-sama menggunakan variabel <i>intention</i> dan FMB, sampel generasi muda (gen Z, mahasiswa), metode SEM-PLS.	Hanya menggunakan variabel FL bukan IFL, tidak fokus pada <i>paylater</i>
13.	Widhy Prasetyo, Mukhaer Pakkanna (2024) “ <i>The effect of Islamic financial literacy, spiritual intelligence, and business ethics on the behavior of</i>	Sama-sama menggunakan <i>Islamic Financial Literacy</i> sebagai variabel X dan <i>intention</i> sebagai	Responden generasi milenial, meneliti minat penggunaan bank syariah

	<i>the millennial generation with the mediating variable of intention to use Islamic banking services in depok city</i>	variabel z, metode SEM-PLS.	
14.	Eviana, V., & Saputra, A. J. (2022) “Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Penggunaan Sistem Pembayaran <i>Paylater</i> ”	Persamaan terletak pada variabel <i>intention</i> , dan <i>perceived ease of use</i> , serta fokus penelitian.	Perbedaan terletak pada sampel, populasi, alat uji statistik, objek penelitian dan beberapa variabel dalam penelitian.
15.	Akbar Nur Ramadhan dan Eka Dasra Viana (2023) “ <i>The Influencer of Perceived Ease of Use, Perceived Risk, and Locus of Control on the Financial Behavior of Fintech Lending Users</i> ”	Persamaan terletak pada responden, fokus penelitian variabel <i>perceived ease of use</i> dan FMB, serta metode SEM-PLS.	Perbedaan terletak pada beberapa variabel independen, sampel, objek penelitian dan variabel mediasinya.
16.	Yuniansyah, Febria Sri Handayani, Eka Hartati dan Yarza Aprizal (2025) “ <i>Structural Equation Modeling Factors That Influence Online Course Acceptance in University Students</i> ”	Sama-sama menggunakan variabel <i>intention</i> , <i>perceived ease of use</i> dan FMB, serta metode SEM-PLS.	Fokus penelitian, sampel dan populasi berbeda.

Sumber: Data diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu di atas, dapat dilihat persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini. Persamaan tiap studi berbeda-beda. Sedangkan perbedaan yang mencolok terdapat di alat analisis, beberapa variabel yang digunakan dan juga objek penelitian.

2.3 Kajian Teori

2.3.1 Theory of Planned Behavior (TPB)

Teori Perilaku Terencana (TPB) merupakan konsep yang dikemukakan oleh Ajzen (1991) hasil pengembangan lebih lanjut dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). TPB adalah teori yang digunakan untuk menjelaskan tindakan individu

dengan mengidentifikasi berbagai macam keyakinan yang dimiliki individu dalam mengontrol hasil yang mungkin timbul dari tindakan yang dilakukannya. Dari sini, dapat dipahami bahwa terdapat perbedaan dalam perilaku yang ditunjukkan oleh individu yang memiliki keinginan terhadap sesuatu dibandingkan dengan individu yang tidak memiliki keinginan tersebut (Ajzen, 1991). Dalam teori TPB, setiap perilaku individu tidak semata-mata dipengaruhi oleh keyakinan dan norma pribadi, melainkan juga oleh pandangannya terhadap kemampuan diri sendiri untuk mengatur perilaku berdasarkan keyakinan terhadap kontrol yang dimiliki (*control beliefs*) (Chau, 2001). Teori TPB menyoroiti bahwa perilaku manusia bersifat rasional dan didasarkan pada keyakinan bahwa tindakan individu berada di bawah kendali kesadarannya (Griffin, 2012).

Pengelolaan keuangan yang berlandaskan pada TPB merupakan teori yang dipakai untuk memahami perilaku sosial manusia yang kompleks, termasuk bagaimana individu mengelola keuangannya yang dianggap sebagai salah satu bentuk perilaku. Pada saat berperilaku individu harus berdasarkan pada niat, diasumsikan sebagai keadaan motivasional yang mensugesti perilaku yang artinya hal ini menunjukkan sejauh mana individu bersedia membuktikan dan menyiapkan berbagai langkah sebagai bentuk usaha sebelum melaksanakan suatu tindakan (Ajzen, 1991). Dalam TPB terdapat komponen yang menjadi aspek penentu dari niat dan perilaku individu yang meliputi:

a. *Attitude Towards the Behavior* (sikap terhadap sesuatu)

Sikap individu dapat bersifat positif atau negatif. Menurut Ajzen (1991) sikap merupakan penilaian individu terhadap suatu hal, seseorang, organisasi, peristiwa, perilaku, atau minat. Keyakinan perilaku seseorang persepsinya terhadap hasil potensial dari suatu Tindakan memengaruhi sikapnya terhadap

tindakan tersebut. Menurut Teori Perilaku Terencana (TPB), orang yang percaya bahwa suatu perilaku dapat memiliki efek positif biasanya akan memiliki sikap mendukung terhadapnya, sedangkan orang yang percaya bahwa suatu perilaku akan memiliki efek negatif akan memiliki sikap tidak mendukung (tidak menguntungkan).

b. *Subjective Norm* (Norma Subjektif)

Norma subjektif yang disebut sebagai keyakinan normatif adalah tingkat tekanan yang dirasakan individu untuk mengubah perilaku mereka agar sesuai dengan harapan atau pendapat orang lain mengenai aktivitas yang akan mereka lakukan. Seseorang lebih cenderung bertindak dengan cara tertentu jika mereka percaya bahwa orang-orang yang penting dalam hidup mereka menyetujui dan menerima hal tersebut. Akibatnya, gagasan normatif memengaruhi cara orang memandang tekanan sosial, yang tercermin dalam norma subjektif.

c. *Perceived Behavioral Control* (Persepsi Kontrol Perilaku)

Orang tidak selalu memiliki kendali penuh atas apa yang mereka lakukan saat berperilaku. Kendali atas perilaku dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan lingkungan. Faktor internal meliputi hal-hal seperti kemampuan, dorongan, wawasan, dan lain-lain yang berasal dari dalam diri seseorang. Faktor eksternal di sisi lain, berasal dari situasi atau lingkungan sekitar seseorang. Derajat kesadaran seseorang bahwa aktivitasnya berada di bawah kendali mereka sendiri ditunjukkan oleh kendali perilaku yang dirasakan.

2.3.2 Financial Management Behavior (FMB)

2.3.2.1 Definisi *Financial Management Behavior* (FMB)

Perilaku manajemen keuangan (FMB) menggambarkan bagaimana individu mengorganisir, mengelola dan mengendalikan sumber daya keuangan mereka sendiri untuk mencapai tujuan keuangan jangka pendek maupun jangka panjang. FMB tidak hanya sekadar pengetahuan, melainkan juga praktik-praktik praktis seperti perencanaan keuangan, penyusunan anggaran, menabung, pengelolaan arus kas dan pengelolaan utang. Menurut penelitian sebelumnya, FMB merupakan kumpulan perilaku konkret yang meningkatkan kesejahteraan keuangan seseorang seperti pembayaran tagihan tepat waktu, penyesihan dana darurat, menghindari utang konsumen dan perencanaan pensiun.

Salah satu konsep utama dalam bidang keuangan adalah perilaku manajemen keuangan. Perencanaan, penganggaran, audit, regulasi, penempatan, dan penyimpanan dana keuangan harian merupakan contoh aktivitas manajemen keuangan. Keinginan kuat seseorang untuk memenuhi kebutuhannya sesuai dengan tingkat penghasilannya mendorong terbentuknya perilaku manajemen keuangan. Untuk menjelaskan mengapa orang membuat keputusan keuangan yang tidak rasional, disiplin ilmu yang relatif baru ini berusaha mengintegrasikan psikologi perilaku dan kognitif dengan ekonomi dan keuangan tradisional (Paulina Y. Amtiran, 2021).

Dalam buku M Boy Singgih Gitayuda (2023) menyatakan bahwa perilaku manajemen keuangan ditandai oleh tindakan-tindakan spesifik, termasuk pembayaran tagihan tepat waktu, menghindari utang dan menabung untuk pensiun serta tabungan darurat. Pola atau kebiasaan seseorang dalam mengelola

dana pribadi mereka dikenal sebagai perilaku keuangan mereka. Cara seseorang mengelola, mengalokasikan, dan memanfaatkan sumber daya keuangan yang tersedia disebut sebagai perilaku keuangan individu.

2.3.2.2 Faktor-Faktor *Financial Management Behavior* (FMB)

Ada beberapa faktor yang memengaruhi perilaku manajemen keuangan. Pertama, *financial literacy* yaitu pengetahuan dan kemampuan seseorang dalam mengelola keuangan. Pengetahuan dan kemampuan sangat berpengaruh dalam pengelolaan keuangan agar pendapatan dapat dikelola dengan baik, membelanjakan dengan bijak dan dapat digunakan dalam jangka panjang. Kedua, *financial Socialization* yaitu orang-orang yang melakukan interaksi untuk memperoleh keterampilan dan informasi mengenai keuangan. Interaksi sangat diperlukan untuk mengetahui sekaligus belajar tentang pengelolaan yang baik dan seimbang. Ketiga, *Attitude Toward Money* yaitu sikap atau pendapat seseorang terhadap uang yang dimiliki. Sikap individu dalam menanggapi keuangan yang dimiliki berbeda-beda. Ada yang berpendapat menggunakannya untuk kebutuhan daripada keinginan, untuk investasi, menabung ataukah untuk digunakan secara tidak rasional.

Selain tiga faktor yang sudah disebutkan, ada beberapa faktor yang juga berhubungan dengan perilaku manajemen keuangan. Pertama, *Financial Attitude* merupakan situasi pikiran, opini atau pandangan dan penilaian mengenai finansial. *Financial Attitude* menjurus kepada sikap atau perilaku individu dalam mengelola masalah keuangan pribadi terkait juga dengan bagaimana individu melakukan praktik manajemen keuangan pribadi dan memutuskan keputusan keuangan. Kedua, *Financial Knowledge* merupakan pemahaman dasar tentang konsep

menabung, bunga, investasi dan alat keuangan. Dengan adanya penanaman keyakinan, sikap, dan nilai-nilai pada individu dapat mempengaruhi sikap individu terhadap pengelolaan keuangan. Ketiga, *Financial Self-Efficacy* adalah keyakinan terhadap kemampuan diri untuk mengontrol keputusan dan perilaku keuangan. Keempat, *Income* adalah tingkat pendapatan individu yang dapat memengaruhi kapasitas menabung dan investasi. Kelima, *Religiositas* dalam konteks muslim memengaruhi pilihan produk dan praktik keuangan. Konteks religiositas dalam konteks ini meliputi larangan riba, pentingnya zakat dan etika konsumsi.

2.3.2.3 Indikator *Financial Management Behavior* (FMB)

Terdapat beberapa indikator dalam *Financial Management Behavior*. Menurut Jing Jian Xiao (2016) indikator *Financial Management Behavior* seseorang dapat dilihat dari empat hal. Pertama, *Consumption* adalah semua pengeluaran yang dilakukan oleh rumah tangga atas berbagai barang dan jasa. *Financial management behavior* seseorang dapat dilihat dari bagaimana ia melakukan kegiatan konsumsinya seperti apa yang dibeli dan mengapa ia membelinya. Kedua, *Cash-flow management*, adalah ukuran kemampuan seseorang untuk membayar segala biaya yang dimilikinya. *Cash flow management* dapat diukur dari apakah seseorang dapat membayar tagihan tepat waktu. Ketiga, *Saving and Investment*, tabungan didefinisikan sebagai bagian dari pendapatan yang tidak dikonsumsi dalam periode tertentu. Investasi, yakni mengalokasikan atau menanamkan sumber daya saat ini dengan tujuan mendapat manfaat di masa mendatang. Keempat, *Credit management* adalah kemampuan seseorang dalam memanfaatkan utang agar tidak menyebabkan kebangkrutan.

2.3.2.4 *Financial Management Behavior* dalam Perspektif Islam

Islam mengajarkan suatu metode ekonomi untuk memperoleh barang-barang secara moral dan hukum yang sesuai dengan ajaran Islam. Sangat dianjurkan untuk mengelola keuangan menggunakan prinsip-prinsip Islam. Pengelolaan keuangan Islam memainkan peran penting dalam kehidupan sosial karena tidak hanya dapat menghasilkan hasil terbaik tetapi juga memperoleh berkah Allah. Al-Qur'an menjelaskan prosedur yang dapat diikuti untuk pengelolaan keuangan yang berorientasi Islam, termasuk pengorganisasian, perencanaan, koordinasi, dan pengendalian. Kegiatan penting dalam memperoleh, mengelola dan menggunakan harta telah ditetapkan Allah di dalam Q.S Al-Baqarah (2): 267:

Allah Subhanahu wa Ta'ala berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۚ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu infakkan, padahal kamu tidak mau mengambilnya, kecuali dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Ketahuilah sesungguhnya ia maha kaya lagi Maha Terpuji” (Q.S Al-Baqarah: 267) (*Qur'an Kemenag*, n.d.).

Menurut tafsir Ibnu Katsir dijelaskan bahwa anjuran untuk menginfakkan harta yang diperoleh dengan baik atau halal dan dengan sebaik-baik harta yang dimiliki. Infak yang dianjurkan tidak harus bernilai banyak atau menunggu hidup

bergelimang harta, tetapi dengan harta yang dimiliki sesuai dengan porsi infak dari penghitungan pengelolaan keuangan individu (Ibnu Katsir., n.d.). Ayat yang disebutkan di atas menyoroti nilai dari mengejar kebaikan dalam keuangan dan bagaimana berinvestasi dalam kebaikan akan memberikan lebih banyak keuntungan, sehingga langsung terkait dengan perilaku pengelolaan keuangan. Ayat ini mendorong kita untuk memandang pengelolaan keuangan sebagai sarana untuk menumbuhkan kebajikan dan memberikan pengaruh positif pada orang lain, selain sekadar sebagai pengelolaan keuangan.

2.3.3 Islamic Financial Literacy (IFL)

2.3.3.1 Definisi *Islamic Financial Literacy* (IFL)

Literasi keuangan Islam/ syariah adalah pengetahuan, keterampilan atau keyakinan individu tentang hal-hal yang berkaitan dengan uang yang dapat meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan uang untuk kesejahteraan yang didasari dengan hukum-hukum Islam berlandaskan Al-qur'an dan Hadits yang bertujuan untuk menghindari perilaku yang menyimpang dari syariat Islam (Otoritas Jasa Keuangan (OJK), 2021). Literasi keuangan Islam adalah kemampuan, kecakapan, dan pola pikir individu untuk memahami dan mengevaluasi data keuangan dari lembaga keuangan Islam (Rahim, 2016). Selain itu, menurut Antara (2016), literasi keuangan Islam adalah sejauh mana individu memiliki informasi dan kemampuan yang diperlukan untuk memahami pentingnya layanan keuangan syariah dan bagaimana faktor-faktor ini memengaruhi sikap mereka dalam menggunakan pembiayaan syariah.

2.3.3.2 Faktor-Faktor *Islamic Financial Literacy* (IFL)

Menurut beberapa ahli terdapat empat bagian tingkatan literasi keuangan yang pertama, *well literate* yakni Orang yang telah menguasai pengetahuan dan keterampilan mereka tentang lembaga keuangan, produk, dan layanan, serta menyadari fitur, keunggulan, dan risiko berinvestasi, dikatakan memiliki literasi keuangan yang tinggi, yang merupakan tingkat literasi keuangan tertinggi. Kedua, *sufficient literate* pada tingkat ini, seseorang menyadari layanan dan produk keuangan yang ditawarkan oleh lembaga keuangan, serta aplikasi, karakteristik, keuntungan, dan risiko dari keuangan formal, selain hak dan kewajiban yang terkait dengan penggunaan barang dan jasa sektor keuangan. Ketiga, *less literate* yakni masyarakat hanya diberi informasi tentang lembaga keuangan yang menyediakan layanan dan produk keuangan di bagian ini. Dan yang keempat *not literate* berarti masyarakat umum kurang memiliki pengetahuan dan kepercayaan terhadap penyedia layanan keuangan formal, produk dan layanan lembaga keuangan formal, serta kemampuan untuk memanfaatkan apa yang ditawarkan oleh lembaga-lembaga tersebut.

2.3.3.3 Indikator *Islamic Financial Literacy* (IFL)

Terdapat beberapa aspek dalam literasi keuangan Islam yang mencakup yang dijadikan acuan yakni pemahaman dasar pengelolaan keuangan Islam mencakup cara mengatur pemasukan dan pengeluaran, serta memahami prinsip-prinsip keuangan syariah yang fundamental seperti menghindari riba, gharar dan maysir. Kemudian, babungan berkaitan dengan pengetahuan menabung yang ditujukan untuk anggaran masa depan atau anggaran darurat. Selanjutnya pinjaman meliputi pengetahuan tentang penggunaan kartu kredit dan pinjaman yang

terhindar dari praktik riba. Lalu ada asuransi yang meliputi pemahaman fundamental mengenai asuransi serta berbagai jenis produk asuransi utama dan yang terakhir investasi yakni kemampuan yang dimiliki oleh individu terkait dengan pengetahuan suku bunga, kondisi pasar, reksadana, serta resiko dalam berinvestasi.

2.3.3.4 *Islamic Financial Literacy* dalam Perspektif Islam

Menurut Abdullah (2015), literasi keuangan Islam adalah kumpulan informasi yang khususnya berkaitan dengan produk dan prinsip keuangan yang didasarkan pada syariah. Memahami literasi keuangan Islam sangat penting karena alasan pertama, orang bertanggung jawab atas pengelolaan keuangan mereka sendiri dari hasil kerja mereka dan tidak ada orang lain yang akan melakukannya. Kedua, orang-orang sangat sadar akan kebutuhan keuangan mereka sendiri. Ketiga, beragamnya produk keuangan yang tersedia saat ini mengharuskan memiliki pengetahuan yang cukup untuk memilih yang paling sesuai dengan kebutuhan. Dan terakhir mengetahui literasi keuangan Islam merupakan salah satu kewajiban yang diwajibkan bagi setiap muslim. Karena Islam melarang pengikutnya untuk menghabiskan penghasilan mereka secara berlebihan, literasi keuangan dianggap sebagai keterampilan hidup yang penting dalam ajaran Islam. Allah telah menyampaikan ajaran serupa melalui dirman-Nya dalam surah Al-Isra': 26

Allah Subhanahu wa Ta'ala berfirman:

وَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا

Artinya: “Berikanlah kepada kerabat dekat haknya, (juga kepada) orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan. Janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros” (Q.S Al-Isra’: 26) (*Qur’an Kemenag*, n.d.).

Menurut tafsir Ibnu Katsir menegaskan bahwa penting untuk menunaikan hak kerabat seperti memberikan kebaikan, menolong dan silaturahmi. Selain itu, Allah SWT juga menegaskan bahwa larangan keras untuk berperilaku boros terhadap harta dan juga larangan mengeluarkannya untuk sesuatu yang tidak ada manfaatnya. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa Allah SWT menganjurkan untuk mengelola harta dengan bijak sesuai dengan porsi dan kemampuannya, serta memperkuat literasi keuangan Islam agar harta yang dikeluarkan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam (Ibnu Katsir., n.d.). Menurut Surah Al-Isra 26, Allah tidak menghendaki umat-Nya memboroskan harta mereka. Sebaliknya, Dia menghendaki mereka dapat mengelola harta mereka dengan bijak dan menghabiskan kekayaan mereka dengan bijaksana. Umat Islam didorong untuk menghindari perilaku boros, karena dalam Islam hal itu dianggap sebagai salah satu sifat setan. Mempelajari literasi keuangan Islam dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari merupakan salah satu strategi untuk mencegah perilaku boros.

2.3.4 Financial Self-Efficacy (FSE)

2.3.4.1 Definisi *Financial Self-Efficacy* (FSE)

Financial Self-efficacy adalah keyakinan bahwa individu dapat berhasil dan mampu melaksanakan suatu tugas atau mengatasi situasi terkait dengan keuangan. Menurut Bandura (1977), *self-efficacy* adalah keyakinan bahwa seseorang dapat menyelesaikan suatu tugas dan mengendalikan situasi yang

memengaruhi hidupnya, termasuk dalam mengambil keputusan tentang finansial dalam menabung, investasi ataupun menggunakannya untuk berhutang. Tingkat *self-efficacy* juga memengaruhi motivasi, perasaan, pikiran, dan perilaku individu. Seseorang yang memiliki tingkat kepercayaan diri yang tinggi cenderung lebih termotivasi untuk terus meningkatkan keterampilan mereka guna mencapai tujuan dan meraih kesejahteraan pribadi. Alih-alih menghindari masalah atau risiko yang muncul, orang dengan tingkat kepercayaan diri yang tinggi umumnya lebih siap menghadapi situasi menantang dan mengatasi hal-hal baru.

Orang yang memiliki rasa percaya diri menurut Ormrod (2019), yakin bahwa mereka mampu melakukan tindakan yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Sementara itu, rasa percaya diri juga merupakan faktor kunci dan motivator utama untuk kesuksesan. Selain itu, menurut Baron (2003), orang yang percaya pada kemampuan dan potensi diri mereka menunjukkan kepercayaan diri atau keyakinan untuk menyelesaikan aktivitas, mencapai tujuan, dan mengatasi hambatan. Alwisol. (2011) mendefinisikan efektivitas sebagai penilaian diri terhadap kemampuan seseorang untuk melaksanakan suatu tindakan yang dapat dinilai sebagai layak atau tidak layak, benar atau salah, dan sesuai atau tidak sesuai dengan standar yang ditetapkan. Berdasarkan pada penjelasan di atas individu dengan tingkat *financial self-efficacy* tinggi akan cenderung berfikir secara matang untuk mengambil berbagai keputusan mengenai finansial dan juga akan lebih memprioritaskan konsumsi produk primer daripada hal yang didasarkan keinginan saja.

2.3.4.2 *Social Cognitive Theory (SCT)*

Social cognitive theory adalah pengembangan dari *social learning theory* yang digagas oleh Bandura (1986) yang dikenal sebagai konsep determinisme resiprokal. Teori ini menjelaskan bagaimana faktor-faktor pribadi (kognitif), perilaku dan lingkungan berinteraksi secara timbal balik untuk memengaruhi perilaku manusia. Dengan kata lain, pembelajaran terjadi tidak hanya melalui pengalaman langsung, tetapi juga melalui imitasi, mengamati orang lain (pemodelan) dan hasil dari tindakan tersebut. Salah satu komponen utama dalam teori ini adalah *self-efficacy* yang bermakna keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk mengorganisasi dan melaksanakan tindakan yang diperlukan guna mencapai tujuan tertentu. *Self-efficacy* memengaruhi tingkat usaha, ketekunan, serta respon individu terhadap hambatan dan kegagalan (Bandura, 1986). Menurut *Social cognitive theory*, pengalaman pengelolaan keuangan yang sukses, dukungan lingkungan, dan kepercayaan diri semuanya akan memengaruhi praktik pengelolaan keuangan yang lebih baik.

2.3.4.3 Faktor-Faktor *Financial Self-Efficacy (FSE)*

Ada beberapa faktor penting yang membentuk *financial self-efficacy* individu yang pertama, *mastery experience* (pengalaman keberhasilan) karena keberhasilan didasarkan pada pengalaman nyata, hal ini menjadi sumber utama efektivitas diri pribadi. Efektivitas diri individu meningkat seiring dengan pengalaman keberhasilan, tetapi menurun ketika seseorang mengalami kegagalan berulang kali, terutama jika kegagalan terjadi sebelum efektivitas diri sepenuhnya berkembang. Kedua, *Vicarious Experience* (meniru) dengan faktor lain yang memengaruhi kepercayaan diri adalah pengalaman orang lain. Melihat orang lain

berhasil dalam suatu bidang tertentu dapat meningkatkan kepercayaan diri seseorang dalam bidang yang sama. Orang meyakinkan diri mereka bahwa mereka dapat mencapai kesuksesan jika orang lain bisa melakukannya. Ketiga, *verbal persuasion* yakni orang meyakinkan individu lain melalui persuasi verbal bahwa mereka mampu mencapai tujuan karena memiliki potensi yang memadai. Dan terakhir ada tingkat psikologi dan emosi, seseorang yang menunjukkan ketidakstabilan emosional dan gejala fisik cenderung menghindari situasi yang menegangkan karena hal-hal tersebut merupakan tanda bahwa ada yang tidak beres.

2.3.4.4 Indikator *Financial Self-Efficacy* (FSE)

Dalam mengukur efikasi diri khususnya dalam hal keuangan dapat menggunakan indikator yang dikembangkan oleh Lown (2011) yakni ketrampilan dalam menyusun rencana pengeluaran sangat dibutuhkan untuk menyeimbangkan antara pengeluaran dan pendapatan. Selanjutnya, kepercayaan diri dalam mengatur keuangan. Kepercayaan sangat dibutuhkan guna memiliki stabilitas keuangan sesuai target. Dan terakhir, optimisme terhadap keadaan keuangan di masa mendatang. Menjadi tolok ukur untuk selalu waspada memegang prinsip optimism.

2.3.4.5 *Financial Self-Efficacy* dalam Perspektif Islam

Financial self-efficacy menggambarkan cara orang mengevaluasi pengetahuan mereka sendiri tentang pengelolaan atau kemampuan terhadap keuangan, khususnya seberapa besar percaya pada kemampuan dan pengetahuan untuk menyelesaikan tugas atau menghadapi situasi tertentu dengan keyakinan bahwa mereka akan berhasil misal pilihan untuk menabung, investasi,

menganggarkan dana konsumsi dan juga anggaran darurat. Jumlah finansial yang dikeluarkan individu akan bergantung pada seberapa percaya diri dalam kemampuan untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan. Orang yang memiliki rasa percaya diri yang kuat terhadap kemampuannya biasanya akan bekerja lebih keras untuk mencapai tujuan. Di sisi lain, usaha yang lebih sedikit biasanya dilakukan jika *self-efficacy* rendah atau atas dasar beberapa kelompok pertimbangan. Hal ini sesuai dengan pernyataan Bandura (1977a) bahwa orang yang memiliki tingkat *self-efficacy* tinggi akan lebih termotivasi dan antusias dalam mencapai tujuan mereka. Di sisi lain, tingkat *self-efficacy* yang rendah juga akan menyebabkan kurangnya antusiasme. Al-Qur'an sering kali menjelaskan konsep percaya diri dalam mencapai tujuan yang diinginkan dan masyarakat juga sering menyinggung hal ini dengan tingkat keimanan individu kepada Allah SWT. Penegasan mengenai hal ini dijelaskan dalam Q.S Al-Anfal: 12

Allah Subhanahu wa Ta'ala berfirman:

إِذْ يُوحِي رَبُّكَ إِلَى الْمَلَائِكَةِ أَنِّي مَعَكُمْ فَثَبَّثُوا الَّذِينَ آمَنُوا سَالِقِي فِي قُلُوبِ الَّذِينَ
كَفَرُوا الرُّعْبَ فَاضْرِبُوا فَوْقَ الْأَعْنَاقِ وَاضْرِبُوا مِنْهُمْ كُلَّ بَنَانٍ

Artinya: “(Ingatlah) ketika Tuhanmu mewahyukan kepada para malaikat, “Sesungguhnya Aku bersamamu. Maka, teguhkanlah (pendirian) orang-orang yang beriman. Kelak Aku akan menimpakan rasa takut ke dalam hati orang-orang yang kufur. Maka, tebaslah bagian atas leher mereka dan potonglah tiap-tiap ujung jari mereka” (Q.S Al-Anfal: 12) (*Qur'an Kemenag*, n.d.).

Menurut tafsir Ibnu Katsir poin penting dalam ayat tersebut membahas tentang semangat, keyakinan dalam diri, menghilangkan rasa takut akan serangan dari musuh dan juga keyakinan bahwa pertolongan Allah pasti ada (Ibnu Katsir.,

n.d.). Ayat ini menyoroti betapa pentingnya bagi umat Islam untuk tetap kuat dan berani di hadapan Pertempuran Badr. Menurut ayat tersebut, Allah mengetahui keadaan kalian dan menawarkan pertolongan. Karena setiap orang yang dekat dengan Allah pasti akan berhasil, doronglah keyakinan akan kesuksesan. Individu sering memiliki dua jenis harapan untuk mencapai tujuan: harapan akan kemampuan diri dan harapan akan hasil. Istilah “harapan akan hasil” menggambarkan penilaian atau antisipasi seseorang terhadap hasil dari aktivitasnya. Sementara itu, harapan dan keyakinan seseorang terhadap kemampuan dirinya untuk melakukan tindakan yang diperlukan guna mencapai tujuannya juga mempengaruhi usahanya (*self-efficacy*) (Alwisol., 2011).

Hal ini juga dikaitkan dengan *financial self-efficacy*. Individu yang memiliki finansial efikasi diri tinggi umumnya menunjukkan keteguhan dalam menghadapi tantangan dan tidak mudah menyerah atau mengambil keputusan tanpa adanya pertimbangan yang matang terlebih dahulu, karena memiliki semangat serta keyakinan yang kuat dan juga meminimalisir risiko yang mungkin terjadi. Dalam Al-Qur'an menggambarkan bahwa keyakinan tersebut senantiasa didasarkan pada optimisme terhadap rahmat Allah dan segala keputusan yang diambil.

2.3.5 Perceived Ease of Use (PEoU)

2.3.5.1 Definisi *Perceived Ease of Use* (PEoU)

Perceived ease of use merupakan proses dimana individu mempunyai keyakinan dalam menggunakan sesuatu dengan mudah tanpa ada usaha keras baik secara mental maupun fisik Davis (1989). Dikatakan usaha yang mudah disini bermakna kemudahan dalam mengakses, kemudahan menggunakan, kemudahan

memahami tata cara, kemudahan sistem, kemudahan interaksi, kemudahan belajar, dan yang lebih utama kemudahan dalam memenuhi setiap yang dibutuhkan. *Perceived ease of use* dikenal dalam model *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan Davis (1989), yang mendeskripsikan bahwa *Perceived ease of use* merupakan *the degree to which a person believes that using a particular system would be free of effort*.

2.3.5.2 Faktor-Faktor *Perceived Ease of Use* (PEoU)

Menurut Davis (1989) *Perceived ease of use* merupakan tingkat kepercayaan individu dalam menggunakan suatu sistem tanpa adanya usaha yang keras baik mental maupun fisik. Sehingga dikategorikan faktor-faktor yang memengaruhi *Perceived ease of use* dilihat dari sisi individu, sistem dan juga lingkungan penggunanya.

1. *Computer self-efficacy* yakni Persepsi tentang kemudahan penggunaan sangat dipengaruhi oleh kepercayaan diri dalam menggunakan komputer, atau keyakinan seseorang terhadap kemampuannya dalam menggunakan komputer. Orang yang sangat percaya diri dalam menggunakan teknologi cenderung menganggap sistem lebih mudah digunakan.
2. *Perceived enjoyment* yakni persepsi pengguna terhadap kesenangan dalam menggunakan teknologi. Pengguna menganggap suatu teknologi mudah dipahami dan digunakan ketika mereka merasa puas dan menikmati proses penggunaannya.
3. *External control* yakni Persepsi pengguna tentang kemudahan penggunaan meningkat seiring dengan jumlah dukungan eksternal yang diberikan, seperti ketersediaan bantuan teknis, pelatihan, dan dukungan staf IT.

4. *Compability* yakni kemudahan penggunaan semakin ditingkatkan oleh kesesuaian sistem dengan kebutuhan pengguna dan kebiasaan kerja mereka. Pengguna akan lebih cepat beradaptasi dengan sistem dan merasa lebih mudah menggunakannya jika mereka yakin sistem tersebut sesuai dengan kebiasaan kerja mereka.
5. *Previous experience* yakni pengalaman sebelumnya terhadap teknologi yang serupa mempercepat adopsi pengguna terhadap sistem baru, sehingga meningkatkan persepsi kemudahan penggunaannya.
6. *Computer anxiety* yakni kecemasan terhadap komputer atau kecemasan yang terkait dengan penggunaan teknologi. Pengguna dengan tingkat kecemasan rendah terhadap komputer cenderung lebih mudah menerima dan menggunakan sistem baru.

2.3.5.3 Indikator *Perceived Ease of Use* (PEoU)

Berdasarkan penelitian Davis (1989) analisis yang dilakukan dalam uji coba prototip atau model dengan memperkecil indikator agar lebih baik dan praktis dengan menghitung korelasi *perceived usefulness*, *perceived ease of use* dan *self reported system usage*. Sehingga diperoleh indikator *perceived ease of use* yakni *easy to learn*, *controllable*, *clear & understandable*, *flexible*, *ease to become skillfull* dan *easy to use*.

2.3.5.4 *Perceived Ease of Use* dalam Perspektif Islam

Pada penelitian ini *perceived ease of use* terdapat dalam alqur'an yang mendukung variabel ini dengan perspektif Islam dengan adanya keyakinan bahwa kemudahan dalam menggunakan sistem atau hal lain tanpa adanya usaha keras. Dalam pandangan Islam juga ditegaskan bahwa bentuk kemudahan dalam

penggunaan teknologi harus tetap pada batas yang diperbolehkan, misalnya yang mengandung kemaslahatan dan tidak menimbulkan mudarat. Dalam al-qur'an dijelaskan dalam surah Al-Baqarah ayat 185:

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ وَلِتُكْمِلُوا الْعِدَّةَ وَلِتُكَبِّرُوا اللَّهَ عَلَى مَا هَدَاكُمْ وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

Artinya: “Allah menghendaki kemudahan bagimu dan tidak menghendaki kesukaran. Hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu agar kamu bersyukur.” (Q.S Al-Baqarah: 185) (*Qur'an Kemenag*, n.d.)

Menurut tafsir Ibnu Katsir dijelaskan bahwa keringanan atau kemudahan termasuk dari rahmat Allah SWT, dan ayat tersebut menegaskan hukum-hukum syariat yang disusun sedemikian rupa agar tidak ada kesulitan yang tidak perlu bagi umat, tetapi tetap pada batas aturan. Dengan demikian, pesan utamanya adalah Allah menyukai kemudahan dan keadilan dalam pelaksanaan ibadah, bukan beban berat bagi manusia (Ibnu Katsir., n.d.). dalam hal ini, kemudahan menjadi salah satu faktor dimana individu memilih arah dan tujuan hidupnya, termasuk juga dalam memilih menggunakan teknologi berupa layanan Paylater atau tidak.

2.3.6 Intention (Int)

2.3.6.1 Definisi *Intention* (Int)

Intensi atau niat merupakan hal yang ada dalam diri individu berupa keinginan dan seberapa kuat keyakinan individu untuk melakukan suatu perilaku. Menurut Ajzen (1991) intensi juga merupakan faktor motivasional yang memiliki pengaruh terhadap perilaku, sehingga oranglain dapat melakukan suatu perilaku

berdasarkan intensi yang bukan berasal dari dirinya. Dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB), intensi dianggap sebagai antecedenden paling dekat dari perilaku aktual. Semakin kuat intensi individu, semakin besar kemungkinan perilaku itu terjadi, asalkan tersedia perilaku kontrol perilaku yang memadai.

2.3.6.2 Faktor-Faktor *Intention* (Int)

Menurut Crow (1989) ada beberapa faktor yang membentuk niat untuk melakukan sesuatu yakni faktor pendorong dari dalam (*The factor inner urge*) merupakan rangsangan yang datang dari lingkungan/ruang lingkup yang sesuai dengan keinginan/kebutuhan seseorang akan mudah menimbulkan niat. Selanjutnya, faktor motif sosial (*The factor of social motif*) adalah niat seseorang terhadap obyek/suatu hal, disamping hal dipengaruhi oleh faktor dari dalam diri manusia juga dipengaruhi oleh motif sosial, dan terakhir, faktor emosi (*Emotional factor*) adalah faktor perasaan dan emosi mempunyai pengaruh terhadap subyek. Berdasarkan teori tersebut, dikatakan bahwa aspek emosional erat kaitannya dengan emosi yang merupakan salah satu penyebab penggunaan niat yang salah. Niat seseorang terhadap suatu aktivitas akan semakin kuat ketika individu merasakan kesenangan setelah berhasil melakukannya. Sedangkan kegagalan akan menghilangkan motivasi individu untuk melakukan tindakan tersebut.

2.3.6.3 Indikator *Intention* (Int)

Menurut Venkatesh (2012) indikator *intention* ada 3 hal yakni niat untuk menggunakan di masa mendatang, mengukur *intention* individu menggunakan ada atau tidaknya niat individu untuk menggunakan layanan Paylater Selajutnya niat untuk selalu menggunakannya dalam kehidupan sehari-hari, dalam hal ini keinginan individu untuk menggunakan layanan Paylater diukur dengan adanya

niat selalu bergantung pada layanan Paylater dalam transaksinya setiap hari. Kemudian rencana untuk menggunakan sistem sesering mungkin, pada layanan Paylater tersimpan banyak manfaat dan juga risiko yang harus menjadi perhatian khusus untuk mengubah niat menjadi perilaku dengan mempertimbangkan kemampuan dalam mengelola keuangan individu.

2.3.6.4 *Intention* dalam Perspektif Islam

Pada penelitian ini intention terdapat pada Al-qur'an dan juga hadits yang mendukung Theory of Planned Behavior dalam konteks Islam. Islam menekankan niat sebagai landasan amal, sama seperti teori perilaku yang menempatkan niat sebagai prediktor utama perilaku. Artinya, perilaku yang dilakukan tanpa niat yang benar tidak dianggap sah secara syariat. Adapun di dalam Al-Qur'an dijelaskan dalam Q.S Albayyinah: 5

Allah Subhanahu wa Ta'ala berfirman:

وَمَا أُمِرُوا إِلَّا لِيَعْبُدُوا اللَّهَ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ ۚ حُنَفَاءَ وَيُقِيمُوا الصَّلَاةَ
وَيُؤْتُوا الزَّكَاةَ وَذَلِكَ دِينُ الْقَيِّمَةِ

Artinya: “Mereka tidak diperintah, kecuali untuk menyembah Allah dengan mengikhlaskan ketaatan kepada-Nya lagi hanif (istikamah), melaksanakan salat, dan menunaikan zakat. Itulah agama yang lurus (benar)” (Q.S Al-Bayyinah: 5) (*Qur'an Kemenag*, n.d.).

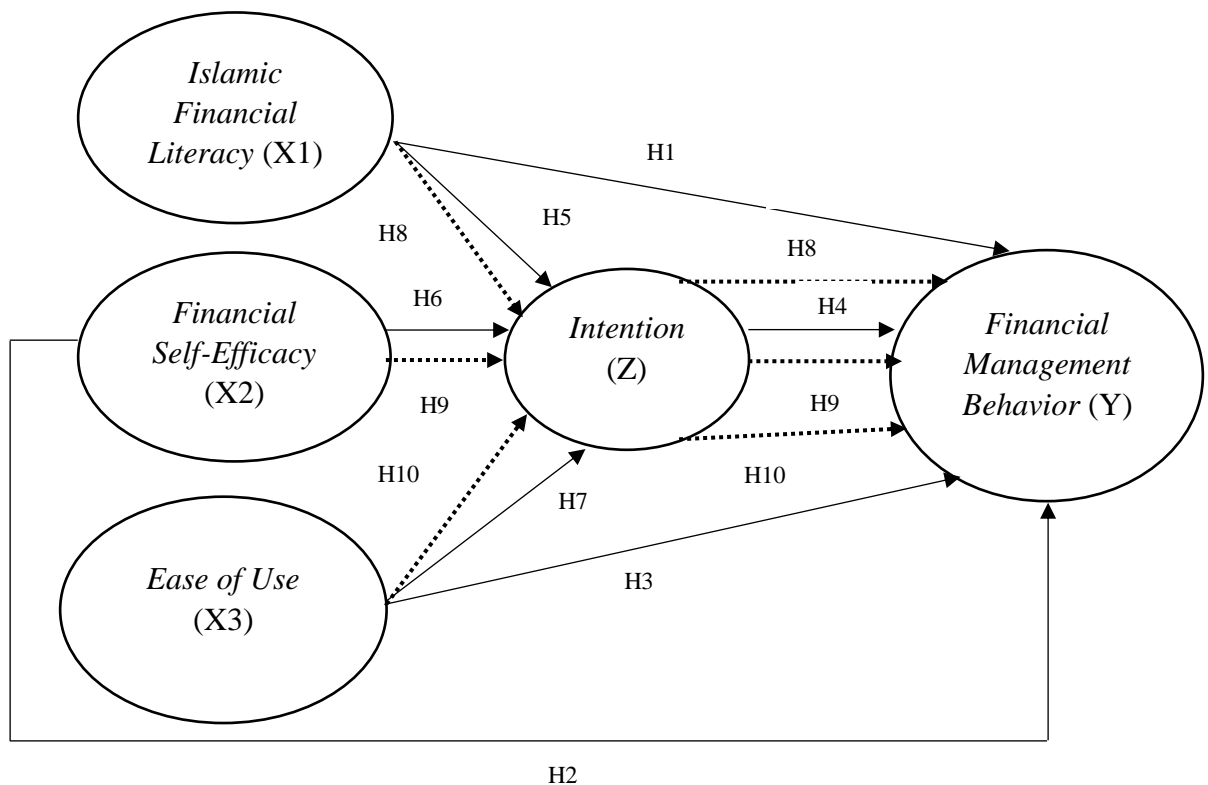
Menurut Tafsir Ibnu Katsir, ayat ini menjelaskan bahwa inti dari ajaran semua nabi adalah memurnikan ibadah hanya kepada Allah dengan niat yang tulus. “Mukhlisīn” di sini berarti menjauhkan diri dari segala bentuk syirik, riya, atau motivasi duniawi yang mencemari niat. Dengan demikian, niat menjadi pondasi utama dari amal. Tanpa niat yang ikhlas, amal tersebut kehilangan nilai ibadahnya,

meskipun secara lahiriah tampak baik (Ibnu Katsir., n.d.). Tafsir Al-Qurthubi menambahkan bahwa ayat ini menjadi dalil bahwa setiap amalan hanya diterima bila diniatkan karena Allah dan sesuai syariat-Nya. Hal ini sejalan dengan konsep psikologis modern bahwa niat adalah determinan awal sebelum seseorang melakukan tindakan.

2.4 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah sebuah gambaran visual atau deskriptif yang menunjukkan hubungan antar variabel dalam suatu penelitian. Berikut adalah kerangka konseptual pada penelitian ini:

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual



H1: *Islamic financial literacy* berpengaruh terhadap *financial management behavior* generasi Z pengguna *paylater* di Kabupaten Tulungagung.

(Wijaya et al., 2024), (Dina et al., 2023), (Nadziroh et al., 2025), (Rahmatang et al., 2024)

H2: *Financial self-efficacy* berpengaruh terhadap *financial management behavior* generasi Z pengguna *paylater* di Kabupaten Tulungagung.

(Handayati et al., 2023), Dwiyanti & Purnamasari (2023b) ,(Rangkuti et al., 2023, (Lukesi et al., 2021), (Setianingsih et al., 2022).

H3: *Ease of Use* berpengaruh terhadap *financial management behavior* generasi Z pengguna *paylater* di Kabupaten Tulungagung.

(Ramadhan & Dasra Viana, 2023)

H4: *Intention* berpengaruh terhadap *financial management behavior* generasi Z pengguna *paylater* di Kabupaten Tulungagung.

(Denytasari et al., 2023), (Wahyuni et al., 2023), (Rangkuti et al., 2023).

H5: *Islamic financial literacy* berpengaruh terhadap *intention* generasi Z pengguna *paylater* di Kabupaten Tulungagung.

(Prasetyo, 2024)

H6: *Financial self-efficacy* berpengaruh terhadap *intention* generasi Z pengguna *paylater* di Kabupaten Tulungagung

(Rangkuti et al., 2023)

H7: *Ease of Use* berpengaruh terhadap *intention* generasi Z pengguna *paylater* di Kabupaten Tulungagung.

(Eviana, 2022)

H8: *Intention* memediasi pengaruh antara *Islamic financial literacy* terhadap *financial management behavior* generasi Z pengguna *paylater* di Kabupaten Tulungagung

(Wahyuni et al., 2023)

H9: *Intention* memediasi pengaruh antara *financial self-efficacy* terhadap *financial management behavior* generasi Z pengguna *paylater* di Kabupaten Tulungagung.

(Rangkuti et al., 2023)

H10: *Intention* memediasi pengaruh antara *Ease of Use* terhadap *financial management behavior* generasi Z pengguna *paylater* di Kabupaten Tulungagung.

(Yuniansyah et al., 2025)

2.5 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan dugaan sementara terhadap suatu rumusan masalah atau sub masalah yang diajukan oleh peneliti. Menurut Sugiyono (2013) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.

2.5.1 Pengaruh *Islamic Financial Literacy (IFL)* Terhadap *Financial Managemt Behavior (FMB)*

Tingkat literasi keuangan Islam yang tinggi mendorong praktik pengelolaan keuangan yang lebih bijaksana dan sesuai syariah dengan membantu masyarakat memahami konsep-konsep syariah terkait pengelolaan aset (Nadziroh et al., 2025). Masyarakat akan lebih selektif dalam menggunakan produk keuangan dan menghindari perilaku konsumen yang berlebihan jika mereka mendapatkan informasi yang memadai tentang larangan riba, kewajiban membayar zakat, prinsip keadilan dalam bertransaksi dan pemilihan instrumen investasi halal. Pengguna PayLater dari Generasi Z juga mendapatkan manfaat dari literasi keuangan Islam karena membantu mereka memahami bahaya utang konsumen dan memotivasi mereka untuk membuat anggaran serta melakukan pembayaran tepat waktu. Hal ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), yang menyatakan bahwa sikap dan niat dibentuk oleh pengetahuan (keyakinan), yang pada gilirannya membentuk perilaku aktual. Hal ini konsisten dengan penelitian Hussain et al. (2024) Dina et al. (2023), Nadziroh et al. (2025), & Rahmatang et al. (2024) yang menunjukkan bahwa *Islamic financial literacy* memiliki pengaruh positif terhadap *personal financial management behavior*.

H1: *Islamic financial literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial management behavior* generasi Z pengguna Paylater di Kabupaten Tulungagung

2.5.2 Pengaruh *Financial Self-Efficacy* (FSE) Terhadap *Financial Managemt Behavior* (FMB)

Efikasi diri memengaruhi dorongan, ketekunan, dan keterampilan mengelola keuangan seseorang, menurut Teori Kognitif Sosial Bandura (1977a). Orang yang memiliki tingkat efikasi diri yang tinggi cenderung lebih dapat dipercaya dalam membuat penilaian keuangan, cukup berani untuk membuat anggaran, dan andal dalam menabung dan mengelola pengeluaran. Mereka juga lebih mampu menghadapi tuntutan konsumen, seperti penggunaan fasilitas *paylater* yang berlebihan, ketika mereka percaya diri. menurut Dwiyantri & Purnamasari (2023b) mereka yang memiliki tingkat efikasi diri finansial yang tinggi juga cenderung lebih terstruktur dan terarah dalam perilaku keuangan mereka. Sesuai dengan penelitian Handayani et al. (2023), Rangkuti et al. (2023), Lukesi et al. (2021), dan Setianingsih et al. (2022) mengatakan bahwa *financial self efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial management behavior*.

H2: *Financial self-efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial management behavior* generasi Z pengguna Paylater di Kabupaten Tulungagung

2.5.3 Pengaruh *Perceived Ease of Use* (PEoU) Terhadap *Financial Managemt Behavior* (FMB)

Kemudahan dalam penggunaan sistem memberikan pengaruh pada keputusan individu dalam menggunakannya, termasuk kemudahan akses, kemudahan belajar, kemudahan sistem, kemudahan interaksi dan juga kemudahan dalam memenuhi kebutuhan. Kemajuan teknologi yang terjadi saat ini memunculkan berbagai layanan

yang dapat memudahkan individu jika digunakan dengan bijak dan sesuai dengan kemampuan tiap individu, salah satunya adalah layanan kemudahan yang diluncurkan beberapa *platform e-commerce* yakni layanan Paylater yang iklannya dapat memenuhi kebutuhan individu tanpa nanti. Kemudahan dalam penggunaan ini juga harus didasarkan dengan perilaku pengelolaan keuangan agar tidak melebihi batas kemampuan finansial penggunanya. Sesuai dengan penelitian Ramadhan & Dasra Viana (2023) yang mengatakan bahwa *perceived ease of use* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *financial management behavior*, yang berarti kemudahan dalam layanan dapat meningkatkan pola perilaku pengelolaan keuangan individu.

H3: *Perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial management behavior* generasi Z pengguna Paylater di Kabupaten Tulungagung

2.5.4 Pengaruh *Intention* (Int) Terhadap *Financial Managemt Behavior* (FMB)

Menurut *Theory of Planned Behavior* (TPB), prediktor utama tindakan aktual adalah niat. Semakin kuat seseorang menginginkan suatu perilaku, semakin besar kemungkinan mereka untuk melakukannya (Ajzen, 1991). Sebagai mediator antara sikap, norma subjektif dan kendali perilaku yang dirasakan dengan perilaku aktual, niat menunjukkan kesediaan seseorang untuk bertindak. Dalam hal pengelolaan keuangan, individu yang memiliki niat baik cenderung lebih teratur dalam menganggarkan, mengendalikan pengeluaran, dan melakukan pembayaran tepat waktu. Menurut penelitian oleh Wahyuni et al. (2023), Denytasari et al. (2023), dan Rangkuti et al. (2023) niat berperilaku memiliki dampak positif terhadap perilaku pengelolaan keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa niat mungkin menjadi faktor utama dalam mendorong praktik keuangan yang sehat, bahkan di kalangan pengguna layanan Paylater Generasi Z.

H4: *Intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial management behavior* generasi Z pengguna Paylater di Kabupaten Tulungagung

2.5.5 Pengaruh *Islamic Financial Literacy* (IFL) Terhadap *Intention* (Int)

Tiap individu didorong untuk membuat setiap keputusan keuangan dengan cermat dan sesuai syariah ketika memiliki pemahaman yang kuat tentang larangan riba, kewajiban zakat dan konsep halal-haram dalam bertransaksi. Literasi memengaruhi keyakinan perilaku, yang pada gilirannya memengaruhi sikap dan niat bertindak, menurut paradigma *Theory of Planned Behavior* (TPB). Dengan kata lain, literasi keuangan Islam tidak hanya meningkatkan pemahaman tetapi juga memperkuat motivasi internal (niat) untuk memilih produk keuangan yang sesuai syariah dan menjauhi aktivitas keuangan yang bertentangan dengan ajaran agama. Sesuai dengan penelitian oleh Dina et al. (2023) dan Prasetyo (2024) Semakin tinggi literasi keuangan Islam, semakin kuat niat individu untuk mengelola keuangannya sesuai prinsip syariah.

H5: *Islamic financial literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention* generasi Z pengguna Paylater di Kabupaten Tulungagung

2.5.6 Pengaruh *Financial Self-Efficacy* (FSE) Terhadap *Intention* (Int)

Tujuan untuk berperilaku lebih bertanggung jawab secara finansial meningkat ketika seseorang memiliki keyakinan diri yang tinggi terhadap kemampuannya mengelola keuangan. Orang yang memiliki *financial self-efficacy* yang kuat lebih terdorong untuk membuat keputusan yang bijaksana seperti membuat anggaran, menabung secara konsisten, dan menghindari utang konsumen karena mereka yakin memiliki kendali atas kondisi keuangan mereka. Dari sudut pandang *Theory of Planned Behavior* (TPB), persepsi kendali perilaku yang tinggi akan memperkuat niat untuk bertindak. Penelitian oleh Rangkuti et al. (2023) membuktikan bahwa self-

efficacy memiliki hubungan signifikan terhadap financial behavior dan niat untuk melakukan tindakan keuangan, yang berarti semakin tinggi rasa percaya diri seseorang, semakin besar pula kemungkinan ia mengeksekusi niat tersebut dalam perilaku nyata.

H6: *Financial self-efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention* generasi Z pengguna Paylater di Kabupaten Tulungagung

2.5.7 Pengaruh *Perceived Ease of Use* (PEoU) Terhadap *Intention* (Int)

Layanan *paylater* yang berkembang saat ini menjadi salah satu akses kemudahan dalam memenuhi kebutuhan untuk individu yang melek akan teknologi, individu yang terbiasa dengan digital pasti merasakan kemudahan yang ditawarkan oleh layanan *paylater* ini. Kemudahan layanan *Paylater* tersebut akhirnya menarik minat individu yang disertai dengan niat pasti untuk menggunakannya. Sesuai dengan penelitian (Eviana, 2022) yang mengatakan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention*, dimana niat memengaruhi keputusan individu dalam melakukan tindakan dengan adanya penawaran kemudahan dalam penggunaannya.

H7: *Perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention* generasi Z pengguna Paylater di Kabupaten Tulungagung

2.5.8 Pengaruh *Intention* (Int) dalam Memediasi Hubungan Antara *Islamic Financial Literacy* (IFL) Terhadap *Financial Management Behavior* (FMB)

Literacy memengaruhi keyakinan yang pada gilirannya memengaruhi sikap, norma subjektif, dan kendali perilaku yang dirasakan, yang pada akhirnya mengarah pada niat sebagai prediktor langsung perilaku, menurut *Theory of Planned Behavior* (TPB). Akibatnya, literasi keuangan memengaruhi perilaku pengelolaan keuangan, baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui pengembangan niat apriori.

Niat yang kuat berfungsi sebagai penghubung psikologis yang memotivasi orang untuk mengubah pengetahuan mereka menjadi tindakan praktis. Sesuai dengan penelitian oleh Wahyuni et al. (2023) menemukan bahwa *behavioral intention* mampu menjadi mediator signifikan antara literasi keuangan dan financial management behavior, yang berarti semakin baik literasi seseorang, semakin besar niatnya untuk mengelola keuangan dengan baik, dan pada akhirnya semakin baik pula perilaku keuangannya.

H8: *Intention* memediasi pengaruh positif dan signifikan antara *Islamic financial literacy* terhadap *financial management behavior* generasi Z pengguna Paylater di Kabupaten Tulungagung

2.5.9 Pengaruh *Intention* (Int) dalam Memediasi Hubungan Antara *Financial Self-Efficacy* (FSE) Terhadap *Financial Management Behavior* (FMB)

Self-efficacy meningkatkan niat yang kemudian mendorong tindakan pengelolaan keuangan. Individu yang percaya pada kemampuannya akan lebih berani menetapkan tujuan keuangan, menyusun rencana anggaran, dan mengantisipasi risiko, sehingga niat untuk bertindak menjadi lebih kuat. Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) berperan ganda, baik secara langsung terhadap perilaku maupun tidak langsung melalui pembentukan niat. Dengan demikian, *self-efficacy* menjadi kunci penting dalam membentuk kesiapan bertindak (*behavioral intention*) yang akhirnya mendorong perilaku pengelolaan keuangan yang positif. Rangkuti et al. (2023) mendukung peran niat sebagai mekanisme psikologis yang menjembatani keyakinan individu dan perilaku aktual, menegaskan bahwa pengaruh *self-efficacy* terhadap perilaku akan semakin optimal ketika individu memiliki niat yang jelas dan kuat.

H9: *Intention* memediasi pengaruh positif dan signifikan antara *financial self-efficacy* terhadap *financial management behavior* generasi Z pengguna *paylater* di Kabupaten Tulungagung

2.5.10 Pengaruh *Intention* (Int) dalam Memediasi Hubungan Antara *Perceived Ease of Use* (PEoU) Terhadap *Financial Management Behavior* (FMB)

Perceived ease of use dijembatani oleh niat dalam mendorong tindakan pengelolaan keuangan. Sesuatu yang didasari dengan niat akan berjalan dengan baik dan terstruktur pelaksanaannya. Semakin mudah suatu sistem digunakan seperti layanan *paylater* ini, maka semakin besar pula niat individu untuk menggunakannya dalam jangka waktu yang panjang. Persepsi kemudahan dalam penggunaan menjelaskan sejauh mana individu percaya bahwa menggunakan sistem atau teknologi tidak memerlukan usaha yang keras. Sesuai dengan penelitian Yuniansyah et al. (2025) yang mengatakan bahwa *intention* memediasi pengaruh positif dan signifikan antara *perceived ease of use* terhadap *financial management behavior*.

H10: *Intention* memediasi pengaruh positif dan signifikan antara *perceived ease of use* terhadap *financial management behavior* generasi Z pengguna *paylater* di Kabupaten Tulungagung.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif karena penelitian ini bertujuan untuk mengukur atau menggambarkan dan menganalisis hubungan-hubungan antar variabel, menguji hipotesis dan membuat generalisasi yang dapat diterapkan secara luas dan mempunyai nilai prediktif. Menurut Sugiyono (2013) metode penelitian merupakan suatu pendekatan yang tersusun secara sistematis untuk memperoleh data guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Penelitian ini menggunakan metode *explanatory research* yang bertujuan untuk memberikan penjelasan terhadap permasalahan dari penelitian sebelumnya. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuisioner yang ditujukan kepada responden yang sudah terpilih berdasarkan kategori-kategori responden (Sugiyono, 2013). Pendekatan ini digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel dependen (*Islamic financial literacy, financial self-efficacy & perceived ease of use*) terhadap variabel independen (financial management behavior) dengan intention sebagai variabel mediasi. Metode kuantitatif dipakai karena penelitian ini menguji hipotesis melalui pengolahan data numerik menggunakan analisis statistik berbasis *Structural Equation Modeling – Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan *software* Smart-PLS.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Tulungagung. Pemilihan lokasi di Kabupaten Tulungagung dilakukan atas beberapa alasan yaitu di Kabupaten Tulungagung menunjukkan fenomena dan masalah yang sedang diteliti yang berkaitan dengan variabel *Islamic financial literacy, financial self-efficacy & perceived ease of*

use terhadap *financial management behavior* dengan *intention* sebagai mediasi pada generasi Z pengguna *paylater* didukung dengan data yang memadai dan akses yang memungkinkan untuk melakukan penelitian. Peneliti juga berasal dari Kabupaten Tulungagung, sehingga memudahkan peneliti dalam menyelesaikan penelitiannya.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah kumpulan atau area generalisasi dari beberapa individu dan objek tertentu dalam suatu studi yang memiliki karakteristik tersendiri yang menjadi fokus pokok bagi peneliti untuk diteliti dan dikaji lebih dalam guna mengambil kesimpulan (Sugiyono, 2013). Penelitian ini melibatkan seluruh generasi Z usia 13 – 28 tahun yang berada di Kabupaten Tulungagung yang pernah atau menggunakan *paylater*. Tetapi, peneliti mengambil responden generasi Z mulai usia 18 – 28 tahun karena dianggap sudah mampu mengambil keputusan finansial secara mandiri. Untuk jumlah total populasi generasi Z di Kabupaten Tulungagung tidak diketahui secara pasti karena tidak adanya data terbaru mengenai jumlah populasi baik secara keseluruhan maupun per kecamatan.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2013). Sementara menurut Sihotang (2023) yang disebut sampel adalah bagian dari jumlah dan atribut yang ditemukan dalam populasi yang lebih besar. Pada penelitian ini, seluruh generasi Z usia 18 - 28 tahun yang menggunakan *paylater* dan berdomisili di Kabupaten Tulungagung adalah subjek penelitian. untuk menentukan jumlah sampel yang akan diteliti apabila jumlah sampel tidak diketahui

secara jelas, maka sampel dihitung menggunakan rumus Malhotra dengan rumus sebagai berikut

$$n = 5 \text{ sampai } 10 \times \text{jumlah indikator variabel}$$

n = jumlah sampel minimal

Indikator variabel = jumlah butir pertanyaan yang digunakan dalam kuisioner penelitian

Berdasarkan rumus Malhotra jumlah indikator variabel pada penelitian ini sebanyak 23, jadi rumus menghitung sampel yakni:

$$n = 5 \times 23 = 115$$

Jadi, menurut rumus Malhotra jumlah minimal sampel yang digunakan dalam penelitian adalah 115 responden.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Beragam teknik yang dapat digunakan oleh peneliti saat melakukan pengambilan sampel. Menurut Sugiyono (2013) teknik sampel merupakan metode yang dipakai guna menentukan sampel yang akan dipakai saat melakukan riset. Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan pada penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Teknik ini dipilih karena peneliti menentukan responden berdasarkan kriteria tertentu, yaitu:

1. Berusia 18 – 28 tahun (kategori generasi Z)
2. Berdomisili di Kabupaten Tulungagung
3. Pernah atau sedang menggunakan layanan *paylater*

Dengan teknik ini, diharapkan responden yang dipilih benar-benar sesuai dengan karakteristik populasi yang diteliti sehingga hasil penelitian lebih representatif.

3.5 Data dan Jenis Data

3.5.1 Data Primer

Menurut Sugiyono (2013), data primer adalah data pokok yang langsung diperoleh oleh peneliti dari sumber pertama. Pada penelitian ini, data primer dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuisioner secara *online* melalui *google form* kepada responden yang bertempat tinggal di Kabupaten Tulungagung dengan kriteria yang sudah ditentukan. Jawaban yang diperoleh dari responden tersebut kemudian dihimpun dan difungsikan sebagai sumber data primer dalam penelitian ini.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yakni pemilihan sampel berdasarkan karakteristik tertentu yang telah ditentukan peneliti, dimana yang terpilih menjadi sampel mempunyai kaitan erat dengan karakteristik responden (Sihotang, 2023). dengan membagikan link kuisioner. Kemudian, teknik pengumpulan data dengan memanfaatkan *google Form* kepada responden yang sudah disesuaikan dengan kriteria responden terpilih dan dianggap mewakili populasi secara keseluruhan. Berdasarkan pendapat Sugiyono (2013), kuisioner digunakan sebagai cara mengumpulkan data melalui pemberian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden. Tujuan dilakukan penyebaran kuisioner secara *online* yakni agar mempermudah dalam penyebaran kuisioner dan efektivitas waktu serta efisiensi biaya.

3.7 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel penelitian mengacu pada fitur, karakteristik atau informasi dalam bentuk angka atau nilai yang berkaitan dengan aspek atau fenomena yang telah dipilih oleh peneliti untuk dianalisis (Sugiyono, 2013). Definisi ini dianggap penting guna membantu peneliti dalam mengidentifikasi dan memahami dengan

seksama apa yang akan diamati dan dianalisis dalam penelitian. Pada penelitian ini terdapat 3 definisi operasional yakni:

3.7.1 Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel bebas dalam kata lain, yang disajikan dengan lambang huruf X. Variabel bebas adalah variabel yang dapat memengaruhi variabel lain dalam suatu penelitian. Peneliti menyertakan variabel independen sebagai elemen dalam proses analisis pada penelitian ini yang meliputi: *Islamic financial literacy* (X1), *financial self-efficacy* (X2) dan *perceived ease of use* (X3).

3.7.2 Variabel Dependen

Variabel dependen disebut sebagai variabel terikat yang dilambangkan dengan huruf Y. Menurut Sugiyono (2013) variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lainnya. Pada penelitian ini variabel dependen yakni *financial management behavior* (Y).

3.7.3 Variabel Mediasi

Variabel mediasi adalah variabel yang menjelaskan mekanisme atau proses bagaimana variabel dependen menjembatani pengaruh dengan variabel independen. Menurut Ruben M & David A (1986) variabel mediasi digunakan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung antara variabel independen dan variabel dependen melalui perantara variabel mediasi. Pada penelitian ini variabel mediasi menggunakan variabel *intention* (Z).

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Item
<i>Islamic financial literacy</i>	Literasi keuangan Islam/ syariah adalah pengetahuan, keterampilan	1. Pengetahuan dasar keuangan Islam/ syariah 2. Memahami konsep riba,	1. Saya memahami prinsip-prinsip dasar pengelolaan dalam Islam

	atau keyakinan individu tentang hal-hal yang berkaitan dengan uang yang dapat meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan uang untuk kesejahteraan yang didasari dengan hukum-hukum Islam berlandaskan Al-qur'an dan Hadits yang bertujuan untuk menghindari perilaku yang menyimpang dari syariat Islam. (Otoritas Jasa Keuangan (OJK), 2021)	gharar dan maysir 3. Mampu membuat keputusan keuangan sesuai hukum Islam 4. Memahami produk keuangan syariah (tabungan, pembiayaan, investasi) (Dina et al., 2023)	2. Saya memahami larangan riba, gharar dan maysir dalam transaksi keuangan 3. Saya dapat mengambil keputusan keuangan yang sesuai dengan syariat Islam 4. Saya mengetahui produk keuangan syariah seperti tabungan, pembiayaan dan investasi
<i>Financial self-efficacy</i>	Efikasi diri adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuan diri sendiri dalam mencapai tujuan yang berkaitan dengan keuangan, yang dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kepribadian, keterampilan, sosial dan faktor lainnya. (Lown, 2011)	1. Kemampuan dalam merencanakan pengeluaran keuangan 2. Keyakinan dalam pengelolaan keuangan 3. Keyakinan terhadap kondisi keuangan masa depan 4. Keyakinan dalam membayar hutang (Handayati et al., 2023)	1. Saya mampu merencanakan pengeluaran bulanan dengan baik 2. Saya yakin dapat mengelola keuangan saya dengan efektif 3. Saya percaya kondisi keuangan saya akan baik di masa depan 4. Saya yakin mampu melunasi tagihan hutang/ cicilan <i>paylater</i> tepat waktu
<i>Financial management behavior</i>	Pengelolaan keuangan merupakan bentuk	1. Perencanaan keuangan jangka panjang	1. Saya membuat rencana keuangan untuk masa depan

	<p>perencanaan, pengorganisasian, pengarah dan pengendalian kegiatan keuangan. (Pusparani, 2019)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 2. Pembayaran tagihan tepat waktu 3. Penyisihan uang untuk tabungan 4. Pengendalian biaya pengeluaran 5. Mendahulukan yang paling utama dalam anggaran belanja 6. Menyisihkan anggaran untuk hal yang tidak terduga 7. Membandingkan pendapatan dan pengeluaran (Pusparani, 2019) 	<ol style="list-style-type: none"> 2. Saya mencatat dan membandingkan antara pendapatan dan pengeluaran setiap bulan 3. Saya selalu membayar tagihan sebelum atau tepat waktu 4. Saya rutin menyisihkan sebagian penghasilan untuk tabungan/ investasi 5. Saya mengendalikan pengeluaran agar tidak melebihi pendapatan 6. Saya memprioritaskan kebutuhan pokok daripada keinginan konsumtif 7. Saya menyiapkan dana darurat untuk kebutuhan mendesak
<i>Perceived ease of use</i>	<p><i>Perceived ease of use</i> merupakan proses dimana individu mempunyai keyakinan dalam menggunakan sesuatu dengan mudah tanpa ada usaha keras baik secara mental maupun fisik (Davis, 1989)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan mempelajari penggunaan layanan <i>paylater</i> 2. Mudah mengoperasikan layanan <i>paylater</i> sesuai keinginan 3. Adanya interaksi yang jelas dan mudah dipahami dengan layanan <i>paylater</i> 4. Segala fitur dan ketentuannya mudah disepakati 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya merasa mudah mempelajari fitur penggunaan layanan <i>paylater</i> (baik panduan maupun ketentuannya) 2. Saya dengan cepat memahami cara kerja <i>paylater</i> tanpa membutuhkan banyak bantuan 3. <i>Paylater</i> mudah dioperasikan untuk membantu melakukan transaksi pembayaran

		5. Kenyamanan pengguna (Ramadhan & Dasra Viana, 2023)	4. Saya merasa nyaman dan terbantu dengan adanya layanan <i>paylater</i>
<i>Intention</i>	Niat atau keinginan individu untuk melakukan perilaku seperti pengelolaan keuangan yang baik di masa depan (Ajzen, 1991)	1. Adanya niat sebelum bertindak 2. Niat Menyusun anggaran keuangan pribadi 3. Niat menghindari budaya konsumtif 4. Niat meminimalisir penggunaan <i>paylater</i> (Wahyuni et al., 2023)	1. Saya mempertimbangkan dengan matang sebelum mengambil keputusan finansial 2. Saya berniat untuk membuat anggaran keuangan pribadi 3. Saya bertekad mengurangi perilaku konsumtif 4. Saya berniat untuk mengurangi penggunaan <i>paylater</i>

Sumber: Data diolah peneliti 2025

3.8 Skala Pengukuran

Menurut Supriyanto (2013), skala pengukuran berperan sebagai panduan dalam menetapkan interval atau jarak pada instrumen pengukuran, sehingga memungkinkan terjadinya pengukuran yang menghasilkan data kuantitatif. Penelitian ini menggunakan skala *likert* dengan skala ordinal untuk mengukur tingkat data dari yang terendah hingga tertinggi, tanpa memerhatikan urutannya. Skala *Likert* dipakai untuk menilai sikap, pendapat dan persepsi individu atau kelompok tentang fenomena sosial yang telah ditentukan sebagai variabel penelitian untuk setiap pertanyaan atau pernyataan dilakukan dengan menggunakan skala *Likert* 1 hingga 5, yang dijelaskan secara rinci sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Skala Pengukuran

Kriteria Jawaban	Simbol	Skor
Sangat Setuju	SS	5

Setuju	S	4
Kurang Setuju	KS	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: (Sugiyono, 2013)

3.9 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS) yang merupakan salah satu teknik dalam *Structural Equation Modeling* (SEM), dengan bantuan perangkat lunak statistik Smart-PLS versi 4.0.

3.9.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah proses pengolahan data yang diselaraskan dengan adanya data asli, baik dalam bentuk uraian maupun visual tanpa melakukan generalisasi (Sugiyono, 2013). Pada penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk memaparkan dan membuat rincian yang dikumpulkan untuk mendapatkan gambaran yang jelas tentang variabel-variabel yang diteliti dengan menggunakan beberapa metode seperti pengumpulan, pengumpulan, pengurutan dan pengelompokkan data yang diperoleh. Kemudian, data yang telah didapatkan disusun dan disajikan dalam bentuk tabel atau grafik.

3.9.2 Analisis Inferensial

Analisis inferensial disebut juga analisis induktif yang merupakan salah satu jenis analisis data yang menunjukkan derajat kemiripan antara hasil sampel yang diperoleh dengan hasil keseluruhan populasi. Metode inferensial adalah pengolahan data yang bertujuan untuk menelaah data sampel guna menarik kesimpulan yang dapat diberlakukan pada seluruh populasi. Analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah metode *Partial Least Square* (PLS). Meskipun teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yang tergolong non-

probability sampling, analisis inferensial ini tetap dapat digunakan untuk menguji hipotesis. Tetapi, hasil dari penelitian ini tidak dapat digeneralisasi secara utuh pada seluruh populasi, melainkan hanya untuk responden yang memenuhi karakteristik sampel (Sugiyono, 2013). Adapun konsep statistik inferensial dalam (Abdillah, 2015) diantaranya:

1. *Standard Error* ialah ketika sifat kesalahan terdistribusi normal dengan varian yang besar dan menyerupai kurva lonceng. Standar error merupakan faktor utama yang dipengaruhi oleh besarnya sampel penelitian. Semakin banyak jumlah sampel dalam penelitian maka semakin kecil nilai standart error penelitian tersebut. Maka dari itu, sampel sebuah penelitian akan lebih akurat apabila sampel yang digunakan dalam penelitian berjumlah banyak.
2. 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 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.

3.9.3 Pengolahan Data

Terdapat dua jenis pengujian yang harus dilakukan dalam pengolahan data menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS) yakni *measurement model* (*outer model*) yang bertujuan untuk memastikan validitas dan reliabilitas instrumen

penelitian, serta *structural model (inner model)* yang bertujuan untuk menguji hubungan kausal antar variabel laten (J. F., Hair et al., 2021).

3.9.3.1 Measurement Model (Outer Model)

Pengujian *measurement model (outer model)* bertujuan untuk memastikan validitas dan reliabilitas instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian. Tahapan-tahapannya meliputi: *convergent validity*, *discriminant validity*, dan *composite reliability* (J. F., Hair et al., 2021).

- a. Uji *convergent validity* digunakan untuk menilai validitas dari setiap indikator dalam penelitian. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai *loading factor* pada setiap indikator yang merepresentasikan variabel yang diukur. Indikator dianggap valid jika *nilai loading factor* $> 0,7$ atau nilai *Average Variance Extracted (AVE)* $> 0,5$ (J. F. Hair et al., 2017).
- b. Uji *discriminant validity* digunakan untuk memastikan bahwa setiap variabel yang diteliti benar-benar berbeda satu sama lain. Ada tiga pendekatan untuk menguji *discriminant validity* yakni *Fornell-Larcker* merupakan sebuah variabel dianggap valid jika nilai akar kuadrat AVE lebih besar daripada korelasi variabel tersebut dengan variabel lain. Artinya, indikator lebih tepat mengukur variabelnya sendiri dibanding variabel lain. Selanjutnya, *Cross Loading* merupakan variabel yang dinyatakan valid apabila hubungan indikator dengan variabel (nilai *cross loading*) lebih tinggi dibandingkan hubungannya dengan variabel yang lain.
- c. Uji *composite reliability* dilakukan untuk menguji kestabilan antar item dalam variabel dengan menilai indikator-indikator pada setiap variabel. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai *composite reliability* dari variabel yang diukur. Suatu konstruk dianggap baik apabila nilai *composite reliability*

dan *cronbach's alpha* keduanya lebih besar dari 0,7. Oleh karena itu, variabel dikatakan reliabel jika nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* sama-sama melebihi 0,7.

3.9.3.2 Structural Model (Inner Model)

Penelitian ini bertujuan untuk menguji setiap hipotesis dalam penelitian. Pengujian dapat diterapkan setelah model pengukuran dinyatakan valid dan reliabel. Pengujian *structural model* melibatkan analisis nilai *R-Square* (R^2), nilai *effect size f-square* (F^2), nilai *prediktor* Q^2 , *model fit*, dan *path coefficient*

- a. Nilai *R-Square* (R^2) ada beberapa kategori dengan aturan sebagai berikut: jika nilai *R-Square* (R^2) $\geq 0,75$, artinya terdapat hubungan yang kuat antar variabel. Jika nilai *R-Square* (R^2) berada di antara 0,50 dan 0,75, maka hubungan antar variabel dikategorikan sebagai moderat. Sementara itu, jika nilai *R-Square* (R^2) berada di antara 0,25 dan 0,50, maka hubungan antar variabel dianggap lemah. Nilai *R-Square* (R^2) ini diperoleh melalui analisis *outer model* saat melakukan analisis *PLS-Algorithm*.
- b. Nilai *effect size f-square* (F^2) tujuannya untuk mengukur pengaruh yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen sebagai tambahan penilaian. Suatu variabel dianggap tidak berpengaruh jika nilai *f-square* $< 0,02$, memiliki pengaruh kecil jika nilai *f-square* berada di antara 0,02 hingga $< 0,15$, memiliki pengaruh sedang jika nilai *f-square* berada di antara 0,15 hingga $> 0,35$, dan dikatakan memiliki efek tinggi jika nilai *f-square* $\geq 0,35$. Besarnya nilai *f-square* dapat dilihat pada hasil pengujian di *PLS-Algorithm*.

- c. Nilai *prediktor* (Q^2) bertujuan untuk mengukur validitas dari struktur model dengan Q^2 sebagai variabel dependen. Pengukuran analisis Q^2 dianggap baik jika memiliki nilai $> 0,02$, yang dilakukan melalui pengujian *blindfolding*.
- d. *Model fit* bertujuan untuk memberikan gambaran seberapa baik model yang diajukan sesuai dengan data yang telah diperoleh. Adapun alat ukur *model fit* menurut J. F. Hair et al. (2017) yakni *Goodness-of-Fit* (GoF). GoF adalah ukuran yang mengkombinasikan ukuran R^2 dan *mean* dari *outer loadings* untuk memberikan gambaran tentang sejauh mana model cocok dengan data. Pengukuran GoF dianggap baik jika memiliki nilai $> 0,36$, dikatakan sedang jika memiliki nilai $> 0,25$, dan dianggap rendah jika memiliki nilai $> 0,1$.
- e. *Path coefficient* diuji dengan melihat nilai T-Statistik dan nilai P-Value. Nilai T-Statistik dan P-Value yang signifikan dalam pengukuran ini digunakan untuk menentukan apakah hipotesis penelitian dapat diterima. Hipotesis dianggap diterima jika nilai T-Statistik lebih dari 1,96 dan nilai P kurang dari 0,05.

3.9.3.3 Uji Mediasi

Menurut J. F., Hair et al. (2021) pengujian mediasi dalam suatu penelitian dapat dilakukan melalui beberapa langkah sebagai berikut:

- a. Melakukan evaluasi pada model mediasi dengan berpedoman pada nilai validitas dan reliabilitas melalui pengujian pada *structural model* (*inner model*).
- b. Pengujian dapat dilakukan dengan menganalisis karakteristik dari hasil model mediasi yang mengacu pada jenis-jenis mediasi. Berikut adalah jenis-jenis mediasi tersebut:
 - 1. Mediasi komplementer terjadi apabila pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen signifikan baik secara langsung maupun tidak

langsung melalui variabel mediasi, dengan arah pengaruh konsisten atau searah.

2. Mediasi kompetitif terjadi apabila pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen antara efek langsung dan efek tidak langsung melalui variabel mediasi menunjukkan arah yang berlawanan.
3. Mediasi tidak langsung terjadi apabila variabel mediasi memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel dependen, namun pengaruh tersebut tidak melalui jalur langsung dari variabel independent.
4. Non-mediasi berarti tidak ada hubungan yang signifikan berdasarkan pengaruh mediasi.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Deskriptif

4.2 Gambaran Umum Objek Penelitian

Kabupaten Tulungagung adalah salah satu daerah yang menjadi destinasi pilihan pelajar, karena termasuk kabupaten dengan lembaga pendidikan lengkap dan beragam yang ada di Provinsi Jawa Timur. Kabupaten Tulungagung terletak pada koordinat sekitar 111°43" - 112°07" Bujur Timur dan 07°51" - 08°18" Lintang Selatan dengan luas kabupaten 1.150,40 km². Kabupaten Tulungagung terdiri dari 19 kecamatan dengan 257 desa dan 14 kelurahan yang merupakan hamparan daratan subur pada wilayah utara, tengah dan timur. Pada wilayah selatan sebagian adalah pegunungan dan samudra. Pada bagian utara berbatasan dengan Kabupaten Kediri, bagian timur berbatasan dengan Kabupaten Blitar, bagian selatan berbatasan dengan Samudra Indonesia dan sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Trenggalek. Mata pencaharian penduduknya sebagian besar bertani jika terletak di daerah dataran subur, nelayan jika berada di dekat pantai, peternak jika lahan di daerahnya kurang subur. Kabupaten Tulungagung juga dikenal sebagai daerah penghasil marmer terbesar di Indonesia yang menunjukkan sektor pertambangan olahan mineral menjadi salah satu potensi ekonomi yang mendukung perekonomian wilayah ini.

Perkiraan jumlah penduduk berdasarkan data terakhir sekitar 1.051.302 jiwa dengan rata-rata kepadatan penduduk sebesar 914 jiwa/km². Padatnya jumlah penduduk yang menempati Kabupaten Tulungagung difasilitasi dengan lengkapnya lembaga pendidikan yang berdiri di Kabupaten Tulungagung baik negeri maupun swasta, berbasis umum ataupun Islami, mulai dari lembaga sekolah balita, pra PAUD,

Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD), Taman Kanak-Kanak (TK), Sekolah Dasar (SD), Sekolah Menengah Pertama (SMP), Sekolah Menengah Atas (SMA) dan perguruan tinggi. Banyaknya lembaga pendidikan yang berdiri menjadikan Kabupaten Tulungagung salah satu pilihan bagi para pelajar untuk melanjutkan pendidikannya. Berdirinya lembaga pendidikan ini, bertujuan untuk memberikan ilmu dan wawasan bagi para pelajar serta membentuk siswa menjadi pribadi yang beretika, berwawasan luas, serta dapat membuat keputusan yang bijak dan selaras dengan kemampuan dirinya.

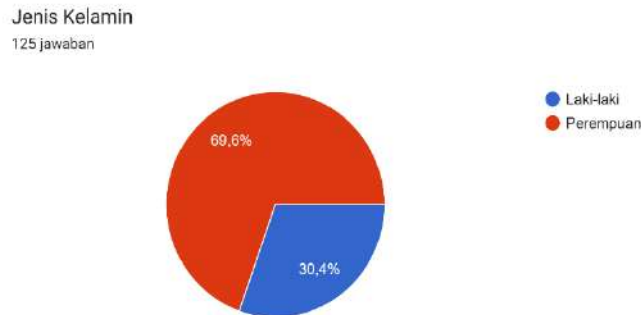
4.3 Deskripsi Karakteristik Responden

Secara istilah responden dalam penelitian adalah generasi Z berdomisi di Kabupaten Tulungagung yang sedang atau pernah menggunakan Paylater dengan usia berkisar 18 – 28 tahun karena dianggap dapat memutuskan perilaku keuangannya sendiri. Untuk menganalisis penelitian ini lebih lanjut, peneliti memperoleh data dengan menyebarkan kuisioner dalam bentuk *google form* dengan pendampingan secara langsung kepada responden yang mengisi kuisioner. Berdasarkan rumus Malhotra, minimum sampel yang dapat digunakan sebanyak 115 responden. Namun, pada penelitian ini, peneliti berhasil memperoleh data sebanyak 125 responden yang diperkirakan cukup untuk menjawab hipotesis penelitian ini. Generasi Z yang menjadi responden dalam penelitian ini dijelaskan dalam ringkasan karakteristik sebagai berikut:

1. Aspek jenis kelamin, sebagian besar responden didominasi oleh generasi Z berjenis kelamin perempuan sebanyak 87 orang atau 69,6% dan 38 orang atau 30,4% berjenis kelamin laki-laki. Hal ini menunjukkan adanya kecenderungan terhadap responden berjenis kelamin perempuan karena persentasenya sangat

jauh berbeda dengan responden laki-laki, menandakan pengguna paylater dari penelitian ini didominasi oleh perempuan.

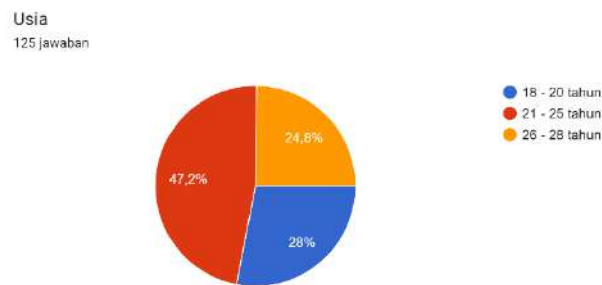
Gambar 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber: Data diolah peneliti, 2025

2. Aspek usia, disebut generasi Z ketika seseorang lahir pada tahun 1997 – 2012 yang saat ini berusia 13 – 28 tahun. Namun, penelitian ini memilih responden generasi Z yang berusia 18 – 28 tahun dengan pertimbangan sudah mampu untuk mengambil keputusan finansial secara pribadi dengan bijak, rasional dan sesuai dengan kemampuannya. berdasarkan data yang diperoleh dari penyebaran kuisioner, responden usia 18 – 20 tahun sebanyak 35 orang atau 28%, responden usia 21 – 25 tahun sebanyak 59 orang atau 47,2%, dan responden usia 26 - 28 tahun sebanyak 31 orang atau 24,8%. Ringkasnya generasi Z pengguna Paylater di Kabupaten Tulungagung menurut penelitian ini didominasi oleh usia 21 – 25 tahun.

Gambar 4. 2 Responden Berdasarkan Usia



Sumber: Data diolah peneliti, 2025

3. Aspek pekerjaan, responden dalam penelitian ini rata-rata merupakan seorang pelajar sekolah menengah atas (SMA) ataupun mahasiswa. Namun, ada juga yang sudah memiliki pekerjaan. Responden pelajar SMA sebanyak 15 orang atau 12%, responden mahasiswa sebanyak 63 orang atau 50,4%, guru sebanyak 6 orang atau 4,8%, PNS sebanyak 4 orang atau 3,2%, Pegawai/ karyawan sebanyak 9 orang atau 7,2%, pedagang sebanyak 13 orang atau 10,4% dan *freelancer* sebanyak 15 orang atau 12%. Mahasiswa sebagai responden dominan yang menggunakan Paylater sebagai alternatif pemenuhan kebutuhannya.

Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
Pelajar SMA	15	12%
Mahasiswa	63	50,4%
PNS	4	3,2%
Pegawai/ Karyawan	9	7,2%
Guru	6	4,8%
Pedagang	13	10,4%
<i>Freelancer</i>	15	12%

Total	125	100%
--------------	------------	-------------

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

- Seluruh responden (100%) adalah masyarakat generasi Z yang menetap di Kabupaten Tulungagung sekurang-kurangnya selama 3 bulan berturut-turut, baik untuk tujuan belajar, bekerja maupun penduduk asli Kabupaten Tulungagung. Distribusi penyebaran kuisioner ini dilakukan random berdasarkan generasi Z yang memenuhi kriteria, sehingga diperoleh generasi Z pengguna Paylater dengan latar belakang dan alasan yang beragam.

4.4 Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi variabel penelitian bertujuan untuk menjelaskan data yang telah diuji yang diperoleh dari penyebaran kuisioner untuk menunjukkan perspektif dari responden mengenai variabel yang digunakan dalam penelitian, meliputi: *Islamic financial literacy* (X1), *financial self-efficacy* (X2), *perceived ease of use* (X3), *financial management behavior* (Y), dan *intention* (Z). Jawaban dari responden diukur menggunakan skala likert dengan kategori sampai dengan 5, diantaranya: (1) Sangat Tidak Setuju (STS), (2) Tidak Setuju (TS), (3) Kurang Setuju (KS), (4) Setuju (S), dan (5) Sangat Setuju (SS). Berikut penjelasan dari perspektif responden melalui kuisioner berdasarkan indikator dari masing-masing variabel.

4.4.1 Variabel *Islamic Financial Literacy*

Berdasarkan hasil kuisioner yang telah dikumpulkan, variabel pertama yakni *Islamic financial literacy* diukur melalui empat (4) indikator, meliputi: pengetahuan dasar keuangan Islam, pemahaman konsep keuangan yang dilarang Islam, kemampuan mengambil keputusan sesuai syariat, dan pemahaman produk keuangan Islam. Dari indikator yang telah ditentukan, kemudian dikembangkan menjadi empat

(4) pertanyaan dalam kuisioner yang disebarkan. Pertanyaan-pertanyaan yang dimuat dalam kuisioner bertujuan untuk menggali informasi responden terhadap aspek-aspek yang berhubungan dengan variabel *Islamic financial literacy*. Hasil dari pengukuran variabel ini dapat digunakan peneliti untuk menguantifikasi dan menganalisis persepsi responden terhadap variabel. Hasil pengukuran kuisioner diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4. 2 Distribusi Frekuensi Variabel *Islamic Financial Literacy*

Item Pertanyaan	STS		TS		KS		S		SS		N	Skor	Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
X1, 1	1	0.8	5	4	9	7.2	86	68.8	24	19.2	125	502	4.016
X1, 2	3	2.4	1	0.8	4	3.2	80	64	37	29.6	125	522	4.176
X1, 3	1	0.8	4	3.2	7	5.6	79	63.2	34	27.2	125	516	4.128
X1, 4	2	1.6	4	3.2	28	22.4	65	52	26	20.8	125	484	3.872
Mean													4.048

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Mengacu pada data pada Tabel 4.2 menginformasikan jawaban dari 125 responden mengenai variabel *Islamic financial literacy* dengan empat (4) pertanyaan yang berhubungan dengan literasi keuangan Islam. Berdasarkan data tersebut diketahui bahwa rata-rata tertinggi sebesar 4,176 dari pertanyaan kedua yaitu pemahaman larangan riba, gharar dan maysir. Sedangkan, rata-rata terendah sebesar 3,872 berada pada pertanyaan keempat yaitu pengetahuan tentang produk keuangan syariah. Dari jawaban responden, dapat diketahui bahwa generasi Z pengguna Paylater di Kabupaten Tulungagung memahami tentang larangan transaksi dalam Islam yang berpotensi riba, gharar dan maysir. Tetapi, kendalanya pengetahuan generasi Z mengenai produk keuangan syariah juga masih minim. Sehingga mereka

lebih memilih menggunakan produk keuangan yang mereka ketahui dan sudah lazim dikalangan sekitar.

4.4.2 Variabel *Financial Self-Efficacy*

Pada penelitian ini, variabel kedua yang digunakan adalah *financial self-efficacy* yang diukur menggunakan empat (4) indikator, meliputi: pengeluaran terstruktur, kemampuan pengelolaan keuangan, kondisi keuangan jangka panjang, kemampuan melunasi hutang. Indikator-indikator yang disebutkan, kemudian menghasilkan pertanyaan-pertanyaan yang dimasukkan dalam kuisisioner guna mengukur keselarasan variabel *financial self-efficacy* kepada responden. Berikut data kuisisioner variabel kedua yang telah diisi oleh responden:

Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Variabel *Financial Self-Efficacy*

Item Pertanyaan	STS		TS		KS		S		SS		N	Skor	Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
X2, 1	3	2.4	1	0.8	23	18.4	81	64.8	17	13.6	125	483	3.864
X2, 2	2	1.6	1	0.8	15	12	90	72	17	13.6	125	494	3.952
X2, 3	3	2.4	3	2.4	9	7.2	93	74.4	17	13.6	125	493	3.944
X2, 4	3	2.4	1	0.8	8	6.4	91	72.8	22	17.6	125	503	4.024
Mean													3.946

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan informasi dari Tabel 4.3, diperoleh data variabel *financial self-efficacy* dengan nilai rata-rata tertinggi sebanyak 4,024 pada pertanyaan keempat, yakni kemampuan melunasi hutang tepat waktu. Namun, perolehan nilai rata-rata terendah sebesar 3,846 pada pertanyaan pertama, yakni kemampuan merencanakan pengeluaran setiap bulannya secara baik dan terstruktur. Artinya, sebagian besar generasi Z pengguna Paylater di Kabupaten Tulungagung mampu untuk menjamin

dirinya membayar hutang tepat pada waktunya, membuktikan jika hutang menjadi prioritas utama yang harus diselesaikan terlebih dahulu. Walaupun, dikonfirmasi juga bahwa mereka tidak mampu menganggarkan pengeluarannya secara terstruktur, masih ada kecenderungan pengeluaran terjadi secara tiba-tiba berdasarkan keinginannya.

4.4.3 Variabel *Perceived Ease of Use*

Penelitian mengenai variabel ketiga, yakni *perceived ease of use* yang dinilai dengan lima (5) indikator yakni: kemudahan mempelajari teknologi, kemudahan pengoperasian, kejelasan dan pemahaman interaksi serta layanan, kemudahan fitur dan kenyamanan penggunaan. Berdasarkan kelima indikator yang telah dirumuskan, menghasilkan empat (4) pertanyaan yang digunakan dalam kuisisioner penelitian guna mengetahui dan menganalisis variabel *perceived ease of use*. Sehingga menghasilkan data sebagai berikut:

Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Variabel *Perceived Ease of Use*

Item Pertanyaan	STS		TS		KS		S		SS		N	Skor	Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
X3, 1	4	3.2	4	3.2	12	9.6	67	53.6	38	30.4	125	506	4.048
X3, 2	2	1.6	5	4	20	16	61	48.8	37	29.6	125	501	4.008
X3, 3	2	1.6	5	4	18	14.4	60	48	40	32	125	506	4.048
X3, 4	5	4	3	2.4	20	16	60	48	37	29.6	125	496	3.968
Mean													4.018

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan data pada Tabel 4.4, diperoleh hasil kuisisioner pada variabel *perceived ease of use* yang diukur dengan empat pertanyaan. Nilai rata-rata tertinggi terletak pada pertanyaan pertama dan ketiga dengan nilai rata-rata yang sama yakni

4,048 dengan pertanyaan kemudahan menggunakan fitur layanan Paylater dan kemudahan pengoperasian Paylater untuk melakukan pembayaran. Namun, pertanyaan keempat mengindikasikan nilai rata-rata terendah sebesar 3,968 dengan pertanyaan kenyamanan dan rasa terbantu dengan adanya Paylater. Dari nilai rata-rata tersebut mengindikasikan bahwa generasi Z mengakui adanya kemudahan dalam hal fitur dan pengoperasian layanan Paylater untuk transaksi pembayaran, karena memang generasi Z sebagai *digital native* yang selalu memahami terkait penggunaan teknologi. Namun, kemudahan tersebut tidak menjadikan generasi Z merasa nyaman dan terbantu dengan adanya layanan paylater tersebut, karena adanya hutang dan sistem cicilan perbulan yang tidak sedikit, memberatkan generasi Z yang sebagian besar masih mengandalkan uang bulanan dari orang tuanya.

4.4.4 Variabel *Financial Management Behavior*

Variabel keempat pada penelitian ini, yakni variabel *financial management behavior*, menggunakan tujuh (7) indikator yang meliputi: perencanaan keuangan jangka panjang, pembayaran tagihan tepat waktu, menabung, pengendalian pengeluaran, menentukan skala prioritas, dana darurat, membandingkan pendapatan dan pengeluaran. Ketujuh indikator tersebut mewakili penelitian ini untuk menggali informasi kepada responden terpilih dengan menggunakan kuisioner yang diisi dengan tujuh pertanyaan, hasil dari pengembangan tujuh indikator yang telah disebutkan. Data yang diperoleh dari responden dinyatakan pada tabel berikut:

Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Variabel *Financial Management Behavior*

Item Pertanyaan	STS		TS		KS		S		SS		N	Skor	Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
X4, 1	2	1.6	1	0.8	28	22.4	66	52.8	28	22.4	125	492	3.936
X4, 2	1	0.8	15	12	50	40	41	32.8	18	14.4	125	435	3.48
X4, 3	1	0.8	2	1.6	6	4.8	91	72.8	25	20	125	512	4.096
X4, 4	2	1.6	2	1.6	21	16.8	77	61.6	23	18.4	125	492	3.936
X4, 5	1	0.8	2	1.6	4	3.2	100	80	18	14.4	125	507	4.056
X4, 6	1	0.8	2	1.6	24	19.2	76	60.8	22	17.6	125	491	3.928
X4, 7	1	0.8	2	1.6	22	17.6	75	60	25	20	125	496	3.968
Mean													3.914

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan pada Tabel 4.5 mengenai statistik deskriptif variabel *financial management behavior*, item pertanyaan ketiga memperoleh nilai rata-rata tertinggi sebanyak 4,096 dengan pertanyaan pembayaran tagihan tepat waktu. Namun, pada item pertanyaan kedua, terdeteksi mendapat nilai rata-rata terendah yakni 3,480 dengan pertanyaan melakukan pencatatan dan perbandingan antara pendapatan dan pengeluaran. Nilai rata-rata tersebut mengindikasikan bahwa generasi Z pengguna paylater di Kabupaten Tulungagung selalu memprioritaskan hutang/ tagihan dengan menyisihkan dana terlebih dahulu sebelum digunakan untuk lainnya, sehingga mampu untuk membayar tagihan tepat waktu atau bahkan sebelum jatuh tempo. Namun, sikap terhadap pengelolaan keuangannya belum dilakukan secara maksimal seperti pencatatan dan perbandingan mengenai pendapatan dan pengeluaran yang belum terlaksana, menjadikan kegiatan evaluasi terhadap pengeluaran yang tidak diperlukan menjadi terhambat/ tidak dapat dilaksanakan.

4.4.5 Variabel *Intention*

Berdasarkan hasil penyebaran untuk variabel kelima, yakni *intention* dengan empat (4) indikator, meliputi: niat bertindak, niat menyusun anggaran keuangan, niat menghindari konsumtif dan niat meminimalisir hutang. Dari empat indikator tersebut dikembangkan menjadi empat pertanyaan yang digunakan dalam kuisisioner penelitian untuk memperoleh jawaban dari responden terpilih sebagai hasil dari penelitian mengenai variabel *intention*. Jawaban-jawaban dari responden terkait variabel *intention* dimuat dalam tabel berikut:

Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Variabel *Intention*

Item Pertanyaan	STS		TS		KS		S		SS		N	Skor	Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
X5, 1	2	1.6	4	3.2	2	1.6	71	56.8	46	36.8	125	530	4.24
X5, 2	1	0.8	1	0.8	6	4.8	79	63.2	38	30.4	125	527	4.216
X5, 3	1	0.8	2	1.6	6	4.8	68	54.4	48	38.4	125	535	4.28
X5, 4	1	0.8	1	0.8	5	4	62	49.6	56	44.8	125	546	4.368
Mean													4.276

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 4.6 yang telah dijawab oleh 125 responden, tingkat *intention* secara umum tergolong baik, dengan nilai rata-rata keseluruhan mencapai 4,276. Dari empat pertanyaan tersebut, nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,368 berada pada pertanyaan keempat mengenai niat untuk meminimalisir penggunaan Paylater/berhutang dan nilai rata-rata terendah berada pada pertanyaan kedua mengenai niat untuk menyusun anggaran keuangan pribadi dengan nilai rata-rata 4,216. Artinya, sebagian besar generasi Z yang mengisi kuisisioner menunjukkan niat dan keinginan untuk mengurangi penggunaan Paylater atau tindakan berhutang, jika

tujuannya hanya untuk memenuhi tren dan bukan untuk sesuatu yang bersifat darurat/ penting. Namun, niat untuk mengelola keuangan secara terstruktur seperti membuat anggaran keuangan pribadi ternyata frekuensinya rendah, karena masih minim kesadaran untuk membuat anggaran keuangan agar pendapatan dan pengeluaran dapat dikelola dengan jelas dan sesuai dengan kebutuhan yang telah ditentukan.

4.5 Analisis Inferensial

Berdasarkan perolehan data dari penyebaran kuisioner, penelitian ini menggunakan Partial Least Square (PLS) untuk menganalisis jawaban-jawaban dari responden terpilih menggunakan *software* SmartPLS versi 4. Responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini sebanyak 125 generasi Z pengguna Paylater yang berdomisili di Kabupaten Tulungagung. Analisis PLS diuji dengan dua model penelitian yakni *measurement model (outer model)* dan *structural modal (inner model)*.

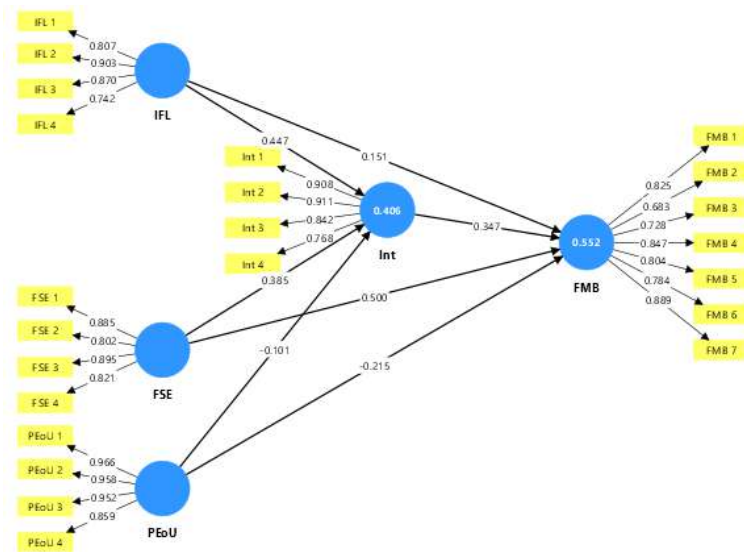
4.5.1 Measurement Model (Outer Model)

Pengujian *measurement model (outer model)* bertujuan untuk memastikan validitas dan reliabilitas instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian. Tahapan-tahapan pengujiannya meliputi: *convergent validity*, *discriminant validity*, dan *composite reliability* (J. F., Hair et al., 2021).

4.5.1.1 Convergent Validity

Uji *convergent validity* digunakan untuk menilai validitas dari setiap indikator dalam penelitian. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai *Loading Factor* atau *Average Variance Extracted* (AVE) pada setiap indikator yang merepresentasikan variabel yang diukur. Dari hasil pengujian data menggunakan SmartPLS versi 4, diperoleh *output PLS algorithm* sebagai berikut:

Gambar 4. 3 Hasil *Output PLS Algorithm*



Sumber: Data diolah peneliti, 2025

1. *Loading Factor*

Hasil uji *Convergent Validity* mendapatkan hasil *outer loading* yang diukur dari korelasi antara skor indikator dengan variabel. Indikator dianggap valid jika memiliki nilai korelasi di atas 0,70. Apabila terdapat indikator yang tidak memenuhi syarat ini, maka harus dibuang. Adapun hasil uji *Convergent Validity* pada penelitian ini melalui model pengukuran *outer loading* yang menunjukkan *loading factor* disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4. 7 Nilai *Loading Factor* Tahap 1

	FMB	IFL	FSE	PEoU	Int	Ket.
FMB 1	0.825					Valid
FMB 2	0.683					Valid
FMB 3	0.728					Valid
FMB 4	0.847					Valid
FMB 5	0.804					Valid
FMB 6	0.784					Valid

FMB 7	0.889					Valid
IFL 1		0.807				Valid
IFL 2		0.903				Valid
IFL 3		0.87				Valid
IFL 4		0.742				Valid
FSE 1			0.885			Valid
FSE 2			0.802			Valid
FSE 3			0.895			Valid
FSE 4			0.821			Valid
PEoU 1				0.966		Valid
PEoU 2				0.958		Valid
PEoU 3				0.952		Valid
PEoU 4				0.859		Valid
Int 1					0.908	Valid
Int 2					0.911	Valid
Int 3					0.842	Valid
Int 4					0.768	Valid

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Sesuai dengan data pada Tabel 4.7 mengenai nilai *loading factor* diketahui bahwa variabel *financial management behavior* (FMB) pada pertanyaan kedua yakni FMB 2 menunjukkan nilai $0,683 < \text{nilai } \textit{outer loading} \text{ } 0,70$ dinyatakan tidak valid dan mengganbarkan bahwa pertanyaan tersebut tidak memenuhi persyaratan untuk digunakan. Sedangkan, untuk variabel lain seperti *Islamic financial literacy* (IFL), *financial self-efficacy* (FSE), *perceived ease of use* (PEoU) dan *intention* (Int), semua pertanyaan yang digunakan dalam kuisiomer penelitian dianggap valid karena telah mencapai nilai melebihi *outer loading* 0,70. Seperti pernyataan diatas bahwa jika ada

nilai yang tidak valid maka harus dibuang, sehingga diperoleh hasil *outer loading* pada tahap 2 yakni:

Tabel 4. 8 Nilai *Loading Factor* Tahap 2

	FMB	IFL	FSE	PEoU	Int	Ket.
FMB 1	0.801					Valid
FMB 3	0.739					Valid
FMB 4	0.849					Valid
FMB 5	0.813					Valid
FMB 6	0.802					Valid
FMB 7	0.906					Valid
IFL 1		0.809				Valid
IFL 2		0.903				Valid
IFL 3		0.871				Valid
IFL 4		0.738				Valid
FSE 1			0.885			Valid
FSE 2			0.802			Valid
FSE 3			0.895			Valid
FSE 4			0.821			Valid
PEoU 1				0.967		Valid
PEoU 2				0.959		Valid
PEoU 3				0.951		Valid
PEoU 4				0.856		Valid
Int 1					0.908	Valid
Int 2					0.912	Valid
Int 3					0.841	Valid
Int 4					0.768	Valid

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Menurut data pada Tabel 4.8 menunjukkan semua pertanyaan yang digunakan dalam penelitian yakni variabel *financial management behavior*,

Islamic financial literacy, *financial self-efficacy*, *perceived ease of use*, dan *intention* menunjukkan nilai > *outer loading* 0,70, maka dinyatakan valid. Hal ini merepresentasikan bahwa indikator yang digunakan berhasil mengukur skor antara indikator dengan variabel, sehingga menunjukkan validitas pada variabel model pengukuran.

2. *Average Variance Extracted (AVE)*

Pada Tabel 3 disajikan hasil uji *Convergent Validity* dengan metode *Average Variance Extracted (AVE)*. Pada metode AVE ini, variabel dikatakan valid jika nilai *Average Variance Extracted (AVE)* > 0,50. Nilai dari hasil pengujian statistik disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4. 9 Nilai *Average Variance Extracted (AVE)*

	Average variance extracted (AVE)	Ket.
FMB	0.672	Valid
IFL	0.693	Valid
FSE	0.725	Valid
PEoU	0.873	Valid
Int	0.738	Valid

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 4.9 hasil uji validitas dengan nilai *Average Variance Extracted (AVE)* yakni nilai variabel *financial management behavior* sebesar 0,672, variabel *Islamic financial literacy* sebesar 0,693, variabel *financial self-efficacy* sebesar 0,725, variabel *perceived ease of use* sebesar 0,873 dan variabel *intention* sebesar 0,738, nilai-nilai tersebut

menunjukkan hasil yang valid karena nilai *Average Variance Extracted* (AVE) > 0,50. oleh karena itu, seluruh konstruk dinyatakan lulus uji validitas konvergen.

4.5.1.2 *Discriminant Validity*

Uji *discriminant validity* digunakan untuk memastikan bahwa setiap variabel yang diteliti benar-benar berbeda satu sama lain, tidak saling tumpang tindih antara satu sama lain. Adapun dua pendekatan untuk menguji *discriminant validity* yakni *Fornell-Larcker* dan *Cross Loading*.

1. *Fornell-Larcker*

Metode *Fornell-Larcker* digunakan untuk mengukur validitas sebuah variabel dengan aturan variabel dianggap valid jika nilai akar kuadrat AVE lebih besar daripada korelasi variabel tersebut dengan variabel lain. Artinya, indikator lebih tepat mengukur variabelnya sendiri dibanding variabel lain. Hasil uji *discriminant validity* untuk *Fornell-Larcker* disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 10 Nilai *Fornell-Larcker*

	FMB	IFL	FSE	PEoU	Int	Ket.
FMB	0.820					Valid
IFL	0.438	0.833				Valid
FSE	0.600	0.331	0.852			Valid
PEoU	0.152	0.292	0.507	0.934		Valid
Int	0.630	0.546	0.482	0.225	0.859	Valid

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 4.10, diketahui bahwa hasil uji *fornell-larcker* pada kelima variabel dikatakan valid dengan rincian nilai pada baris *financial*

management behavior $\sqrt{\text{AVE}} = 0,820$, sedangkan nilai korelasi dengan variabel lain yaitu *Islamic financial literacy* (0,438), *financial self-efficacy* (0,600), *perceived ease of use* (0,152) dan *intention* (0,630) memiliki nilai lebih kecil dibandingkan 0,820 sehingga dikatakan valid. Kemudian nilai pada baris *Islamic financial literacy* $\sqrt{\text{AVE}} = 0,833$, sedangkan nilai korelasi dengan variabel lain yaitu *financial management behavior* (0,438), *financial self-efficacy* (0,331), *perceived ease of use* (0,292) dan *intention* (0,546) memiliki nilai lebih kecil dibandingkan 0,833 sehingga dikatakan valid. Kemudian nilai pada baris *financial self-efficacy* $\sqrt{\text{AVE}} = 0,852$, sedangkan nilai korelasi dengan variabel lain yaitu *financial management behavior* (0,600), *Islamic financial literacy* (0,331) *perceived ease of use* (0,507) dan *intention* (0,482) memiliki nilai lebih kecil dibandingkan 0,852 sehingga dikatakan valid. Kemudian nilai pada baris *perceived ease of use* $\sqrt{\text{AVE}} = 0,934$, sedangkan nilai korelasi dengan variabel lain yaitu *financial management behavior* (0,600), *Islamic financial literacy* (0,331), *financial self-efficacy* (0,507) dan *intention* (0,225) memiliki nilai lebih kecil dibandingkan 0,934 sehingga dikatakan valid. Kemudian nilai pada baris *intention* $\sqrt{\text{AVE}} = 0,859$, sedangkan nilai korelasi dengan variabel lain yaitu *financial management behavior* (0,600), *Islamic financial literacy* (0,331), *financial self-efficacy* (0,507) dan *perceived ease of use* (0,225) memiliki nilai lebih kecil dibandingkan 0,859 sehingga dikatakan valid.

2. Cross Loading

Cross Loading merupakan variabel yang dinyatakan valid apabila hubungan indikator dengan variabel (nilai *cross loading*) lebih tinggi

dibandingkan hubungannya dengan variabel yang lain. Suatu indikator juga dapat dinyatakan valid secara diskriminan jika nilai *cross loading* yang dimilikinya lebih besar dari 0,7. Hasil pengujiannya sebagai berikut:

Tabel 4. 11 Nilai *Cross Loading*

	FMB	IFL	FSE	PEoU	Int	Ket.
FMB 1	0.801	0.324	0.513	0.093	0.511	Valid
FMB 3	0.739	0.367	0.518	0.2	0.53	Valid
FMB 4	0.849	0.389	0.458	0.189	0.522	Valid
FMB 5	0.813	0.356	0.545	0.239	0.471	Valid
FMB 6	0.802	0.313	0.421	-0.099	0.498	Valid
FMB 7	0.906	0.402	0.492	0.131	0.559	Valid
IFL 1	0.349	0.809	0.335	0.431	0.506	Valid
IFL 2	0.452	0.903	0.346	0.234	0.494	Valid
IFL 3	0.282	0.871	0.219	0.154	0.46	Valid
IFL 4	0.361	0.738	0.173	0.121	0.338	Valid
FSE 1	0.458	0.25	0.885	0.431	0.428	Valid
FSE 2	0.37	0.197	0.802	0.371	0.338	Valid
FSE 3	0.606	0.357	0.895	0.444	0.484	Valid
FSE 4	0.565	0.293	0.821	0.471	0.369	Valid
PEoU 1	0.196	0.312	0.517	0.967	0.234	Valid
PEoU 2	0.119	0.246	0.493	0.959	0.234	Valid
PEoU 3	0.14	0.281	0.458	0.951	0.194	Valid
PEoU 4	-0.03	0.221	0.346	0.856	0.072	Valid
Int 1	0.607	0.505	0.509	0.213	0.908	Valid
Int 2	0.621	0.51	0.46	0.269	0.912	Valid
Int 3	0.391	0.433	0.351	0.221	0.841	Valid
Int 4	0.506	0.415	0.302	0.051	0.768	Valid

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 4.11 nilai *Cross Loading* menunjukkan semua indikator pada variabel dikatakan valid karena hubungan indikator dengan variabel (nilai *cross loading*) lebih tinggi dibandingkan hubungannya dengan variabel yang lain dan juga nilai *cross loading* > 0,7. Misal pada indikator 1 *financial management behavior* terhadap *financial management behavior* menunjukkan angka 0,801, sedangkan variabel lain seperti *Islamic financial literacy* (0,324), *financial self-efficacy* (0,513), *perceived ease of use* (0,093) dan *intention* (0,511) memiliki nilai lebih kecil dibandingkan 0,820 sehingga dikatakan valid dan begitu pula dengan variabel lainnya, semua dikatakan valid dan melebihi nilai *cross loading* > 0,7 pada variabel yang dijadikan pengukuran. Penelitian ini membuktikan bahwa masing-masing variabel mempresentasikan validitas diskriminan yang memadai.

4.5.1.3 Composite Reliability

Uji *composite reliability* dilakukan untuk menguji kestabilan antar item dalam variabel dengan menilai indikator-indikator pada setiap variabel. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai *composite reliability* dari variabel yang diukur. Suatu konstruk dianggap baik apabila nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* keduanya lebih besar dari 0,7. Oleh karena itu, variabel dikatakan reliabel jika nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* sama-sama melebihi 0,7.

Tabel 4. 12 Nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_c)	Result
FMB	0.901	0.925	Reliabel

IFL	0.851	0.900	Reliabel
FSE	0.875	0.913	Reliabel
PEoU	0.956	0.965	Reliabel
Int	0.881	0.918	Reliabel

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan data pada Tabel 4.12, uji *composite reliability* dan *cronbach's alpha* dapat dikatakan reliabel dan baik jika keduanya lebih besar dari 0,7. Nilai *composite reliability* yakni variabel *financial management behavior* (0,925), *Islamic financial literacy* (0,900), *financial self-efficacy* (0,913), *perceived ease of use* (0,965) dan *intention* (0,918) yang artinya variabel-variabel dalam model penelitian ini memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi. Selanjutnya, jika dinilai dari uji *cronbach's alpha*, variabel dikatakan reliabel jika lebih dari 0,70. Nilai *cronbach's alpha* yakni *financial management behavior* (0,901), *Islamic financial literacy* (0,851), *financial self-efficacy* (0,875), *perceived ease of use* (0,956) dan *intention* (0,881) yang artinya seluruh indikator pada kuisioner penelitian dinyatakan reliabel (dapat diandalkan) untuk mengukur topik yang dijadikan penelitian dan dapat menghasilkan temuan riset yang berkualitas.

4.5.2 Structural Model (Inner Model)

Penelitian ini bertujuan untuk menguji setiap hipotesis dalam penelitian. Pengujian dapat diterapkan setelah model pengukuran dinyatakan valid dan reliabel. Pengujian *structural model* melibatkan analisis nilai *R-Square* (R^2), nilai *effect size f-square* (F^2), nilai *prediktor* Q^2 , *model fit*, dan *path coefficient*.

1. Nilai *R-Square* (R^2)

Nilai *R-Square* (R^2) memiliki beberapa kategori dengan aturan sebagai berikut: jika nilai *R-Square* (R^2) $\geq 0,75$, artinya terdapat hubungan yang kuat antar

variabel. Jika nilai *R-Square* (R^2) berada di antara 0,50 dan 0,75, maka hubungan antar variabel dikategorikan sebagai moderat. Sementara itu, jika nilai *R-Square* (R^2) berada di antara 0,25 dan 0,50, maka hubungan antar variabel dianggap lemah. Nilai *R-Square* (R^2) ini diperoleh melalui analisis *outer model* saat melakukan analisis *PLS-Algorithm*.

Tabel 4. 13 Nilai *R-Square* (R^2)

	R-Square	R-square adjusted
FMB	0.553	0.538
Int	0.407	0.392

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Pada Tabel 4.13 terdapat nilai *R-Square* (R^2) dan *R-Square adjusted*, jika dalam penelitian variabel $X > 2$ maka menggunakan nilai dari *R-Square adjusted* dan sebaliknya. Jadi, diketahui bahwa nilai pada *R-Square adjusted* variabel *financial management behavior* sebesar 0,538 yang berarti kemampuan variabel *Islamic financial literacy* (X1), *financial self-efficacy* (X2), *perceived ease of use* (X3) melalui *intention* (Z) dalam menjelaskan *financial management behavior* (Y) yakni sebesar 0,538/ 53,8% termasuk kategori moderat dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain. Sedangkan, nilai *R-Square adjusted* pada variabel *intention* sebesar 0,392 yang berarti kemampuan variabel *Islamic financial literacy* (X1), *financial self-efficacy* (X2), *perceived ease of use* (X3) dalam menjelaskan *intention* (Z) yakni sebesar 0,392/ 39,2% termasuk kategori lemah dan sisanya dijelaskan variabel lain.

2. Nilai *Effect Size F-Square* (F^2)

Nilai *effect size f-square* (F^2) bertujuan untuk mengukur pengaruh yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen sebagai tambahan

penilaian. Suatu variabel dianggap tidak berpengaruh jika nilai *f-square* < 0,02, memiliki pengaruh kecil jika nilai *f-square* berada di antara 0,02 hingga < 0,15, memiliki pengaruh sedang jika nilai *f-square* berada di antara 0,15 hingga > 0,35, dan dikatakan memiliki efek tinggi jika nilai *f-square* \geq 0,35. Besarnya nilai *f-square* dapat dilihat pada hasil pengujian di *PLS-Algorithm*.

Tabel 4. 14 Nilai *Effect Size F-Square* (F2)

	FMB	Int
IFL	0.029	0.294
FSE	0.319	0.176
PEoU	0.077	0.012
Int	0.180	

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Pada Tabel 4.14 diketahui bahwa pengaruh *Islamic financial literacy* terhadap *financial management behavior* sebesar 0,029 teridentifikasi memiliki pengaruh kecil atau lemah dan pengaruh *Islamic financial literacy* terhadap *intention* sebesar 0,294 terindikasi memiliki pengaruh sedang. Kemudian, pengaruh *financial self-efficacy* terhadap *financial management behavior* sebesar 0,319 dikatakan memiliki pengaruh sedang dan pengaruh *financial self-efficacy* terhadap *intention* sebesar 0,176 dikatakan memiliki pengaruh sedang. Kemudian, pengaruh *perceived ease of use* terhadap *financial management behavior* sebesar 0,077 terbukti memiliki pengaruh kecil atau lemah dan pengaruh *perceived ease of use* terhadap *intention* sebesar 0,012 membuktikan variabel tidak memiliki pengaruh. Kemudian, pengaruh *intention* terhadap *financial management behavior* sebesar 0,180 dikatakan memiliki pengaruh sedang.

3. Nilai Prediktor (Q^2)

Nilai prediktor (Q^2) bertujuan untuk mengukur validitas dari struktur model dengan Q^2 sebagai variabel dependen. Pengukuran analisis $Q^2 > 0$ berarti memiliki *predictive relevance* dan sebaliknya, kemudian jika nilai $Q^2 > 0,02$ artinya lemah, $Q^2 > 0,15$ artinya sedang dan $Q^2 > 0,35$ artinya kuat yang dilakukan melalui pengujian *blindfolding*.

Tabel 4. 15 Nilai Prediktor (Q^2)

	Q^2predict
Int	0.319
FMB	0.394

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Nilai prediktor (Q^2) untuk *financial management behavior* sebesar 0,394 dan nilai prediktor (Q^2) untuk *intention* sebesar 0,319, keduanya dikatakan prediktif relevan kuat.

4. *Model Fit*

Model fit bertujuan untuk memberikan gambaran seberapa baik model yang diajukan sesuai dengan data yang telah diperoleh. Adapun alat ukur *model fit* menurut J. F. Hair et al. (2017) yakni *Goodness-of-Fit* (GoF). GoF adalah ukuran yang mengkombinasikan ukuran R^2 dan *mean* dari *outer loadings* untuk memberikan gambaran tentang sejauh mana model cocok dengan data. Pengukuran GoF dianggap baik jika memiliki nilai $> 0,36$, dikatakan sedang jika memiliki nilai $> 0,25$, dan dianggap rendah jika memiliki nilai $> 0,1$.

Tabel 4. 16 Nilai *Goodness-of-Fit* (GoF)

	Average variance extracted (AVE)	R-square adjusted
FMB	0.672	0.538
IFL	0.693	

FSE	0.725	
PEoU	0.873	
Int	0.738	0.392
Average	0.740	0.465
SQRT	0.587	

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Pada Tabel 4.16 diketahui bahwa nilai GoF menunjukkan angka 0,587 > 0,36 yang artinya dianggap baik/ *fit* untuk mengukur konstruk dalam penelitian ini.

5. *Path Coefficient*

Path coefficient diuji dengan melihat nilai T-Statistik dan nilai P-Value. Nilai T-Statistik dan P-Value yang signifikan dalam pengukuran ini digunakan untuk menentukan apakah hipotesis penelitian dapat diterima. Hipotesis dianggap diterima jika nilai T-Statistik lebih dari 1,96 dan nilai P kurang dari 0,05. Pada penelitian ini menggunakan variabel mediasi yakni intention. Sehingga pada uji hipotesis ada dua tahapan yakni *direct effect* dan *indirect effect*.

1. *Direct Effect*

Direct effect yakni pengujian hipotesis yang mengukur adanya pengaruh langsung dari satu variabel ke variabel lain tanpa adanya perantara. Hasil dari uji *bootstrapping* diperoleh data *direct effect* sebagai berikut:

Tabel 4. 17 Nilai *Path Coefficient Direct Effect*

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values	Ket.
IFL -> FMB	0.139	0.144	0.084	1.648	0.099	Tidak Terbukti
FSE -> FMB	0.488	0.485	0.086	5.701	0.000	Terbukti
PEoU - > FMB	-0.219	-0.215	0.092	2.390	0.017	Terbukti
Int -> FMB	0.368	0.347	0.102	3.608	0.000	Terbukti
IFL -> Int	0.448	0.451	0.09	4.959	0.000	Terbukti
FSE -> Int	0.385	0.362	0.117	3.300	0.001	Terbukti
PEoU - > Int	-0.101	-0.082	0.084	1.200	0.230	Tidak Terbukti

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Merujuk pada data Tabel 4.16, hipotesis pertama menghasilkan T-statistik sebesar 1,648, yang berada di bawah batas 1,96. Selain itu, nilai-p sebesar 0,099 dan koefisien sebesar 0,139 berada di atas batas 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa *Islamic financial literacy* tidak dipengaruhi oleh *financial management behavior* sebesar 0,139. Hipotesis kedua menunjukkan T-statistik sebesar 5,701, yang lebih tinggi dari kriteria 1,96, dengan nilai-p di bawah 0,05, dan koefisien sebesar 0,488. Hal ini menunjukkan bahwa *financial self-efficacy* memiliki dampak yang cukup besar terhadap *financial management behavior*. Artinya, FSE akan memengaruhi FMB sebesar 0,488. Hipotesis ketiga menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara

perceived ease of use terhadap *financial management behavior*, dengan T-statistik masing-masing sebesar 2,390, yang melebihi ambang batas kritis 1,96. Nilai p masing-masing adalah 0,017, sedangkan koefisiennya adalah -0,219, menunjukkan bahwa PEOU berpengaruh negatif terhadap FMB, Jika PEOU naik, maka FMB akan turun sebesar -0,219. Hipotesis keempat menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara *intention* terhadap *financial management behavior*, dengan T-statistik masing-masing sebesar 3,608, yang melebihi ambang batas kritis 1,96. Nilai p masing-masing adalah 0,000, sedangkan koefisiennya adalah 0,368, menunjukkan bahwa Int berpengaruh positif terhadap FMB, Jika Int naik, maka FMB akan naik juga sebesar 0,368. Hipotesis kelima menunjukkan hubungan yang signifikan antara *Islamic financial literacy* terhadap *intention*, dengan nilai T-statistik sebesar 4,959, melebihi nilai kritis 1,96, serta koefisien sebesar 0,448 dan nilai p sebesar 0,000, menunjukkan IFL berpengaruh positif terhadap Int. Artinya, jika IFL naik, maka Int juga akan naik sebesar 0,448. Hipotesis keenam menunjukkan hubungan yang signifikan antara *financial self-efficacy* terhadap *intention*, dengan nilai T-statistik sebesar 3,300, melebihi nilai kritis 1,96, serta koefisien sebesar 0,385 dan nilai p sebesar 0,001, menunjukkan FSE berpengaruh positif terhadap Int. Artinya, jika FSE naik, maka Int juga akan naik sebesar 0,385. Selain itu, hipotesis ketujuh menunjukkan hubungan yang tidak signifikan antara *perceived ease of use* terhadap *intention* dengan nilai p sebesar 0,230, koefisien sebesar -0,101, dan T-statistik sebesar 1,200, yang lebih kecil dari nilai kritis 1,96, menunjukkan tidak adanya pengaruh, jika PEOU naik/ turun, maka Int juga akan menurun sebesar -0,101.

2. Indirect Effect

Indirect effect yakni pengujian hipotesis yang mengukur adanya pengaruh tidak langsung dari satu variabel ke variabel lain melalui adanya perantara.

Hasil dari uji *bootstrapping* diperoleh data *indirect effect* sebagai berikut:

Tabel 4. 18 Nilai *Path Coefficient Indirect Effect*

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values	Ket.
IFL -> Int -> FMB	0.165	0.157	0.057	2.908	0.002	Terbukti
FSE -> Int -> FMB	0.142	0.126	0.056	2.532	0.006	Terbukti
PEoU -> Int - > FMB	-0.037	-0.029	0.032	1.159	0.123	Tidak Terbukti

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan temuan analisis hipotesis mediasi yang diuraikan pada Tabel 4.17, ketika *intention* berperan sebagai mediator, pengaruh *Islamic financial literacy* terhadap *financial management behavior* yang teramati menunjukkan koefisien 0,165, nilai p 0,002, dan T-statistik 2,098, yang melebihi batas kritis 1,96. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan, Artinya, jika IFL naik, maka FMB akan naik sebesar 0,165 yang dijembatani oleh Int. Dengan adanya *intention* sebagai mediator, *financial self-*

efficacy juga menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap *financial management behavior*, dengan T-statistik 2,532 yang melebihi batas kritis 1,96, koefisien 0,142, dan nilai p 0,006. Artinya, jika FSE naik, maka FMB akan naik sebesar 0,142 yang mediasi oleh Int. Sebaliknya, *perceived ease of use* menunjukkan tidak adanya pengaruh pada *financial management behavior* ketika *intention* dianggap sebagai mediator, dengan koefisien -0,037, T-statistik 1,159 yang tidak memenuhi ambang batas penting 1,96, dan nilai-p 0,123. Artinya, jika PEOU naik ataupun turun, maka FMB tetapi turun sebesar -0,037, berarti hipotesis ini tidak memiliki pengaruh bagi variabel lainnya.

4.6 Pembahasan

4.6.1 Pengaruh *Islamic Financial Literacy* Terhadap *Financial Management Behavior*

Pada pengujian hipotesis pertama yakni pengaruh antara variabel *Islamic financial literacy* (X1) terhadap *financial management behavior* menunjukkan tidak adanya pengaruh. Artinya, literasi keuangan Islam yang diukur menggunakan empat indikator yaitu pengetahuan dasar keuangan Islam, pemahaman konsep keuangan yang dilarang Islam, kemampuan mengambil keputusan sesuai syariat, dan pemahaman produk keuangan Islam tidak terbukti atau tidak berpengaruh terhadap perilaku pengelolaan keuangan generasi Z pengguna Paylater di Kabupaten Tulungagung. Tingkat pemahaman yang tinggi tentang keuangan Islam seperti larangan riba, gharar, dan maysir tidak secara otomatis memengaruhi perilaku pengelolaan keuangan sehari-hari. Kondisi ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara pengetahuan dengan perilaku. Meskipun mayoritas responden mengakui pentingnya literasi keuangan Islam dan memiliki kesadaran teoretis yang cukup baik,

mereka tetap menunjukkan pola pengelolaan keuangan yang kurang disiplin, misalnya tidak membuat anggaran rutin, hanya menabung ketika memiliki dana berlebih, serta mengandalkan layanan Paylater saat kekurangan dana tunai. Hal ini menandakan bahwa pemahaman mereka belum sepenuhnya menjadi faktor dominan untuk membentuk perilaku finansial yang sehat.

Penelitian ini berkaitan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang menjadi landasan penelitian. Dalam TPB, perilaku seseorang dipengaruhi oleh tiga determinan utama yakni *attitude*, *subjective norms*, dan *perceived behavioral control* (PBC). Literasi keuangan Islam seharusnya berperan memperkuat PBC melalui peningkatan kemampuan individu dalam memahami prinsip-prinsip syariah dan mengontrol keputusan keuangan. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan pengetahuan tidak serta-merta meningkatkan kemampuan kontrol perilaku. Hal ini dapat terjadi karena individu tidak dikelilingi dengan lingkungan sosial yang mendukung penerapan prinsip keuangan Islam, atau karena sikap mereka terhadap penerapan prinsip tersebut belum cukup kuat untuk memengaruhi tindakan sehari-hari. Dengan demikian, dari perspektif TPB, variabel literasi keuangan Islam belum mampu memperkuat niat berperilaku, sehingga dampaknya pada perilaku finansial menjadi lemah dan tidak signifikan.

Kemudian, hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Rangkuti et al. (2023), Rahmatang et al. (2024), dan Rifdani & Cerya (2022) yang menyatakan bahwa literasi keuangan Islam berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap pengelolaan keuangan individu. Kesesuaian ini memperkuat argumen bahwa pengetahuan keuangan Islam sering kali bersifat teoretis dan tidak terbukti sebagai panduan dalam bertindak. Selain itu, kecenderungan mahasiswa atau generasi muda untuk bertindak berdasarkan kebutuhan jangka pendek, gaya hidup konsumtif, serta minimnya kontrol

diri turut melemahkan pengaruh pengetahuan syariah terhadap keputusan finansial. Faktor-faktor lain seperti sikap terhadap konsumsi, tekanan sosial, kemudahan akses layanan *buy now pay later*, dan kebiasaan digitalisasi transaksi disinyalir lebih dominan dalam membentuk perilaku keuangan.

Implikasi pada hipotesis ini menunjukkan betapa pentingnya pendekatan Pendidikan keuangan yang lebih aplikatif dan berorientasi pada pembentukan kebiasaan nyata dalam kehidupan sehari-hari. Bagi lembaga Pendidikan dan lembaga keuangan syariah penelitian ini mengisyaratkan bahwa program literasi perlu ditambah dengan melibatkan pendampingan penerapan seperti pelatihan penganggaran, simulasi pencatatan keuangan dan pembiasaan pengelolaan keuangan pribadi.

Penelitian ini juga berhubungan dengan konteks keislaman, dimana seorang muslim dianjurkan untuk memiliki pengetahuan yang luas dalam menjalankan kehidupan, tidak ada berfokus pada kesenangan dunia tetapi juga mempersiapkan bekal kehidupan di akhirat. Kemudian, penting untuk memiliki kontrol diri dan tidak mudah terpengaruh tren, dan gaya hidup yang tidak sesuai dengan kemampuan finansial dan juga agama. Ayat Al-Qur'an yang selaras dengan hipotesis ini adalah Q.S Al-Isra': 26

وَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا

Artinya: “Berikanlah kepada kerabat dekat haknya, (juga kepada) orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan. Janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros” (Q.S Al-Isra': 26) (*Qur'an Kemenag*, n.d.).

Menurut tafsir ibnu katsir menegaskan bahwa penting untuk menunaikan hak kerabat seperti memberikan kebaikan, menolong dan silaturahmi. Selain itu, Allah

SWT juga menegaskan bahwa larangan keras untuk berperilaku boros terhadap harta dan juga larangan mengeluarkannya untuk sesuatu yang tidak ada manfaatnya. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa Allah SWT menganjurkan untuk mengelola harta dengan bijak sesuai dengan porsi dan kemampuannya, serta memperkuat literasi keuangan Islam agar harta yang dikeluarkan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam (Ibnu Katsir., n.d.). Menurut Surah Al-Isra 26, Allah tidak menghendaki umat-Nya memboroskan harta mereka. sebaliknya, Dia menghendaki mereka dapat mengelola harta mereka dengan bijak dan menghabiskan kekayaan mereka dengan bijaksana. Umat Islam didorong untuk menghindari perilaku boros, karena dalam Islam hal itu dianggap sebagai salah satu sifat setan. Mempelajari literasi keuangan Islam dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari seperti menabung, menganggarkan keuangan dan investasi merupakan salah satu strategi untuk mencegah perilaku boros.

4.6.2 Pengaruh *Financial Self-Efficacy* Terhadap *Financial Management Behavior*

Pada uji hipotesis kedua yakni pengaruh antara variabel *financial self-efficacy* (X2) terhadap *financial management behavior* (Y), menandakan bahwa semakin besar rasa percaya diri seseorang dalam mengatur, mengawasi, dan merencanakan keuangan, semakin besar pula kecenderungannya untuk melakukan tindakan finansial yang terarah, terukur, dan konsisten. Artinya, keyakinan kuat generasi Z pengguna Paylater di Kabupaten Tulungagung memiliki peran penting dalam membangun kebiasaan finansial yang baik, seperti menyusun anggaran, membuat prioritas pengeluaran, menabung secara teratur, serta menghindari penggunaan layanan kredit instan ketika tidak diperlukan.

Implikasi penelitian ini jika dapat diterapkan dengan benar, akan memberikan pengaruh cukup besar, terutama pada konteks Generasi Z di Kabupaten Tulungagung. Kelompok usia ini dikenal aktif dalam penggunaan layanan keuangan digital, namun juga rentan terhadap pola konsumtif dan gaya hidup hedonistik. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa individu dengan efikasi diri keuangan yang tinggi memiliki kemampuan lebih baik dalam mengendalikan dorongan konsumsi, mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang, serta memilih keputusan finansial secara rasional. Hal ini membuka peluang bagi lembaga pendidikan, lembaga keuangan, maupun pemerintah daerah untuk fokus memperkuat program pengembangan efikasi diri, misalnya melalui edukasi sekaligus tindakan nyata, simulasi pengelolaan anggaran, pelatihan pencatatan keuangan, dan pendampingan perilaku keuangan. Pendekatan yang menekankan kemampuan dan kepercayaan diri terbukti lebih efektif dalam membentuk perilaku keuangan yang berkelanjutan dibandingkan sekadar peningkatan pengetahuan keuangan.

Selaras dengan *Social Cognitive Theory* (SCT) yang dikembangkan oleh Bandura (1977a), yang menekankan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh interaksi timbal balik antara faktor pribadi, lingkungan, dan tindakan. *Financial self-efficacy* merupakan komponen utama dalam faktor pribadi, yang berfungsi sebagai penentu seberapa besar upaya, ketekunan, dan strategi pengelolaan keuangan yang dilakukan seseorang. Dalam penelitian ini, Generasi Z yang memiliki kepercayaan diri tinggi dalam mengelola keuangan menunjukkan kemampuan diri yang lebih baik, mampu menetapkan tujuan finansial, serta mampu mengatasi hambatan eksternal seperti tren konsumsi digital dan iklan *influencer* yang menggiurkan. Platform digital yang menyediakan layanan Paylater tidak secara otomatis membuat individu tergerak

untuk menggunakannya apabila individu memiliki *self-efficacy* yang kuat, sebab mereka mampu menilai kondisi jangka panjang dan membuat keputusan berdasarkan kemampuan finansialnya. Temuan ini memperkuat perspektif SCT bahwa *self-efficacy* merupakan tokoh utama dalam membuat tindakan yang terarah.

Selanjutnya, penelitian ini sesuai dengan hasil studi Rangkuti et al. (2023) yang menunjukkan bahwa *financial self-efficacy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *financial management behavior*. Artinya, ketika individu memiliki kepercayaan diri yang kuat terhadap kemampuannya mengelola keuangan, mereka lebih termotivasi untuk mewujudkan tujuan finansialnya dalam tindakan yang nyata. Dengan demikian, efikasi diri keuangan dapat dipahami sebagai bukti dukungan sebagai energi psikologis dalam membangun kebiasaan finansial yang sehat.

Implikasi pada hipotesis ini menunjukkan pentingnya efikasi diri finansial di era digital dengan mengadakan program edukasi keuangan yang berfokus pada peningkatan keyakinan diri melalui pengalaman langsung, penerapan pengambilan keputusan dan pembentukan kebiasaan finansial. Dengan demikian, diharapkan generasi Z dapat memahami prinsip pengelolaan keuangan yang baik kemudian diterapkan secara konsisten dalam kehidupan aktual.

Hal ini juga dijelaskan dalam perspektif keislaman yang ditegaskan dalam Al-Qur'an bahwa konsep percaya diri untuk mencapai tujuan merupakan hal yang harus dimiliki individu, yang juga membuktikan tingkat keimanannya dalam melakukan hal-hal positif. Penegasan mengenai hipotesis ini terdapat dalam Q.S Al-Anfal: 12 sebagai berikut:

إِذْ يُوحِي رَبُّكَ إِلَى الْمَلَائِكَةِ أَنِّي مَعَكُمْ فَثَبَّتُوا الَّذِينَ آمَنُوا سَأَلِقِي فِي قُلُوبِ الَّذِينَ كَفَرُوا
الرُّعْبَ فَاضْرِبُوا فَوْقَ الْأَعْنَاقِ وَاضْرِبُوا مِنْهُمْ كُلَّ بَنَانٍ

Artinya: “(Ingatlah) ketika Tuhanmu mewahyukan kepada para malaikat, “Sesungguhnya Aku bersamamu. Maka, teguhkanlah (pendirian) orang-orang yang beriman. Kelak Aku akan menimpakan rasa takut ke dalam hati orang-orang yang kufur. Maka, tebaslah bagian atas leher mereka dan potonglah tiap-tiap ujung jari mereka” (Q.S Al-Anfal: 12) (*Qur'an Kemenag*, n.d.).

Menurut tafsir Ibnu Katsir poin penting dalam ayat tersebut membahas tentang semangat, keyakinan dalam diri, menghilangkan rasa takut akan serangan dari musuh dan juga keyakinan bahwa pertolongan Allah pasti ada (Ibnu Katsir., n.d.). Ayat ini menyoroti betapa pentingnya bagi umat Islam untuk tetap kuat dan berani di hadapan Pertempuran Badr. Menurut ayat tersebut, Allah mengetahui keadaan kalian dan menawarkan pertolongan, pertolongan yang dimaksud adalah mengutus malaikat untuk menetapkan keyakinan kepada kaum muslim bahwa dengan keyakinan kuat akan menjadi motivasi diri untuk melakukan tindakan yang baik dan juga kuat. Karena setiap orang yang dekat dengan Allah pasti akan berhasil, doronglah dengan keyakinan nyata akan kesuksesan. Individu sering memiliki dua jenis harapan untuk mencapai tujuan: harapan akan kemampuan diri dan harapan akan hasil. Istilah “harapan akan hasil” menggambarkan penilaian atau antisipasi seseorang terhadap hasil dari aktivitasnya. Sementara itu, harapan dan keyakinan seseorang terhadap kemampuan dirinya untuk melakukan tindakan yang diperlukan guna mencapai tujuannya juga mempengaruhi usahanya (*self-efficacy*) (Alwisol., 2011).

Ayat ini sangat relevan jika dikaitkan dengan *financial self-efficacy*. Individu yang memiliki finansial efikasi diri tinggi umumnya menunjukkan keteguhan dalam

menghadapi tantangan dan tidak mudah menyerah atau mengambil keputusan tanpa adanya pertimbangan yang matang terlebih dahulu, karena memiliki semangat serta keyakinan yang kuat dan juga meminimalisir risiko yang mungkin terjadi. Dalam Al-Qur'an menggambarkan bahwa keyakinan tersebut senantiasa didasarkan pada optimisme terhadap rahmat Allah dan segala keputusan yang diambil.

4.6.3 Pengaruh *Perceived Ease of Use* Terhadap *Financial Management Behavior*

Hasil penelitian menunjukkan pengujian hubungan langsung untuk hipotesis ketiga yakni *perceived ease of use* terhadap *financial management behavior* yang diukur dengan empat indikator melalui penyebaran kuisioner dinyatakan terbukti dan dapat diterima. Artinya, semakin mudah suatu sistem keuangan digunakan oleh individu seperti layanan Paylater, maka semakin menurun kualitas perilaku pengelolaan keuangannya. Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan teknologi justru menciptakan moral hazard dalam perilaku finansial, karena individu merasa proses transaksi menjadi sangat praktis sehingga tidak lagi mempertimbangkan kemampuan finansial secara rasional. Teknologi yang seharusnya membantu efisiensi justru memicu perilaku keuangan yang kurang sehat ketika tidak disertai kesadaran finansial dan kebijakan penggunaan.

Fenomena ini dialami oleh Generasi Z pengguna Paylater di Kabupaten Tulungagung sebagai objek pada penelitian ini. Kehidupan generasi Z yang sangat akrab dengan digital dan layanan *cashless*, menjadikan Paylater sebagai fasilitas yang dianggap wajar dan praktis untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginan. Kemudahan ini mengurangi hambatan dalam berutang, karena proses transaksi dilakukan secara instan tanpa memerlukan pertimbangan panjang. Pada akhirnya,

kemudahan tersebut mendorong perilaku konsumtif yang tidak selaras dengan kemampuan keuangan aktual mereka. Banyak individu menggunakan Paylater bukan karena kebutuhan mendesak, melainkan karena kemudahan akses yang memberikan sensasi memiliki daya beli lebih tinggi dari kondisi sebenarnya. Ketidakseimbangan antara kemudahan layanan digital dan kontrol diri ini kemudian menyebabkan penurunan kualitas pengelolaan keuangan, seperti tidak membuat anggaran, tidak memantau pengeluaran, serta menunda pembayaran yang berpotensi menimbulkan beban bunga dan denda.

Penelitian ini secara teoritis sangat relevan dengan kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB). Dalam TPB, perilaku dipengaruhi oleh niat, yang dibentuk oleh *attitude*, *subjective norms*, dan *perceived behavioral control* (PBC). Kemudahan penggunaan sistem keuangan digital mengurangi persepsi kontrol perilaku, karena individu merasa bahwa tindakan finansial dapat dilakukan tanpa *effort* yang besar. Penurunan PBC inilah yang menjelaskan mengapa perilaku pengelolaan keuangan menjadi tidak disiplin ketika Paylater terasa sangat mudah digunakan. Generasi Z yang memiliki kontrol diri rendah semakin terjerumus pada perilaku keuangan yang tidak terarah, karena kemudahan transaksi memperlemah perhitungan risiko dan konsekuensi. Dalam konteks ini, kemudahan sistem digital menjadi faktor eksternal yang berinteraksi dengan faktor internal (seperti impulsivitas, gaya hidup, dan kecenderungan hedonistik) sehingga menghasilkan perilaku finansial yang kurang efektif. Di sisi lain, temuan ini juga dapat dikaitkan dengan *Social Cognitive Theory* (SCT), terutama dalam aspek *environmental influence*. Lingkungan digital yang penuh dengan promosi Paylater, fitur *cashback*, cicilan fleksibel, serta iklan konsumtif menyediakan informasi yang memperkuat perilaku jangka pendek yang

menyebabkan kehilangan pengendalian diri. Ketika lingkungan menyediakan kemudahan yang terlalu tinggi, individu cenderung mengabaikan *self-regulation*, sehingga terkikis kemampuan mereka untuk mengontrol tindakan keuangan.

Implikasi pada hipotesis ini menunjukkan perlu adanya penekanan terhadap *digital financial discipline*, khususnya bagi generasi Z pengguna Paylater. Salah satu upayanya dengan menekankan edukasi pada peningkatan kontrol diri, kemampuan menyusun anggaran, serta peningkatan kesadaran risiko dari layanan keuangan digital. Selain itu, perlu dipastikan bahwa layanan digital yang ditawarkan tidak menggiring pada perilaku konsumtif. Upaya semacam ini diperlukan guna mengurangi dampak negatif dari persepsi kemudahan penggunaan yang telah terbukti berkontribusi terhadap penurunan kualitas pengelolaan keuangan.

Selanjutnya, apabila dikaitkan dengan perspektif Islam, ditegaskan bahwa bentuk kemudahan dalam penggunaan teknologi harus tetap pada batas yang diperbolehkan, misalnya yang mengandung kemaslahatan dan tidak menimbulkan mudarat. Dalam al-qur'an dijelaskan dalam surah Al-Baqarah ayat 185:

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ وَتُنْكُمُوا الْعِدَّةَ وَتُكْمِلُوا اللَّهَ عَلَىٰ مَا هَدَاكُمْ
وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

Artinya: “Allah menghendaki kemudahan bagimu dan tidak menghendaki kesukaran. Hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu agar kamu bersyukur.” (Q.S Al-Baqarah: 185) (*Qur'an Kemenag*, n.d.)

Menurut tafsir ibnu katsir dijelaskan bahwa keringanan atau kemudahan termasuk dari rahmat Allah SWT, dan ayat tersebut menegaskan hukum-hukum

syariat yang disusun sedemikian rupa agar tidak ada kesulitan yang tidak perlu bagi umat, tetapi tetap pada batas aturan. Dengan demikian, pesan utamanya adalah Allah menyukai kemudahan dan keadilan dalam pelaksanaan ibadah, bukan beban berat bagi manusia (Ibnu Katsir., n.d.). dalam hal ini, kemudahan menjadi salah satu faktor dimana individu memilih arah dan tujuan hidupnya, termasuk juga dalam memilih menggunakan teknologi berupa layanan Paylater atau tidak.

4.6.4 Pengaruh *Intention* Terhadap *Financial Management Behavior*

Hasil pengujian hipotesis keempat dengan empat indikator yang ada pada kuisioner menyebutkan bahwa *intention* terbukti dan diterima dalam memengaruhi *financial management behavior*, sehingga diartikan bahwa semakin kuat niat individu dalam mengelola keuangan, maka semakin baik perilaku pengelolaan keuangannya. Dengan demikian, niat berfungsi sebagai fondasi utama dalam membentuk tindakan finansial yang sehat. Ketika seseorang memiliki keinginan yang kuat untuk mengatur keuangan dengan baik, hal tersebut tercermin dalam perilaku nyata seperti menurunkan intensitas konsumsi yang tidak diperlukan, menjaga disiplin finansial, membuat rencana keuangan, serta mencatat pengeluaran dan pendapatan secara rutin. Penelitian ini menegaskan bahwa niat merupakan elemen internal yang menggerakkan kesadaran dan kemauan seseorang hingga akhirnya diwujudkan dalam tindakan konkret untuk mengelola keuangan secara efektif.

Penelitian ini diperkuat dengan objek generasi Z pengguna Paylater di Kabupaten Tulungagung yang sedang menghadapi fase peralihan menuju kemandirian ekonomi, tetapi terpapar dengan layanan kemudahan Paylater yang akhirnya mendorong perilaku konsumtif. Namun, hal ini tidak berlaku bagi generasi Z yang memiliki niat kuat untuk mengelola keuangan dengan baik. Niat yang tinggi

ternyata mendorong individu untuk lebih selektif dan mempertimbangkan keuangan jangka panjang ketika menggunakan Paylater. Sebaliknya, individu dengan niat yang lemah cenderung menggunakan Paylater untuk memenuhi keinginan sesaat, sehingga berisiko mengalami kesulitan membayar cicilan, menunda pembayaran, atau menumpuk tagihan. Oleh karena itu, niat yang kuat dapat menjadi pengendali perilaku finansial generasi muda dalam menghadapi kemudahan berhutang melalui layanan digital.

Jika dikaitkan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB), yang menempatkan niat sebagai prediktor paling kuat dari suatu perilaku. Menurut TPB, niat terbentuk dari tiga komponen utama, yaitu *attitude*, *subjective norms*, dan *perceived behavioral control*. Ketika Generasi Z memiliki niat untuk berperilaku keuangan secara sehat, maka akan dihasilkan finansial yang stabil. Niat tersebut kemudian memengaruhi tindakan nyata mereka seperti membuat anggaran, menghindari pengeluaran berlebih, memastikan pembayaran tepat waktu, dan lebih berhati-hati dalam memanfaatkan layanan kredit digital. Temuan penelitian ini mempertegas proposisi TPB bahwa perilaku bukan hanya hasil dari stimulus eksternal, melainkan terutama dipengaruhi oleh motivasi internal yang diwujudkan dalam niat. Pentingnya niat sebagai penggerak perilaku dalam penelitian ini juga dapat dilihat dari perubahan pola konsumsi Generasi Z yang semakin sadar akan dampak keuangan jangka panjang. Individu yang memiliki niat kuat cenderung mengadopsi kebiasaan keuangan yang lebih terencana dan terukur, meskipun mereka berada dalam lingkungan digital yang penuh dengan dorongan konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa niat bertindak sebagai filter psikologis yang menahan individu dari tindakan impulsif, terutama penggunaan Paylater untuk memenuhi keinginan non-esensial. Dengan kata lain, niat

yang kuat mampu menetralkan godaan eksternal dan tekanan sosial yang dapat merugikan kondisi keuangan mereka.

Selain itu, temuan penelitian ini konsisten dengan studi yang dilakukan oleh Rangkuti et al. (2023), Denytasari et al. (2023b), dan Wahyuni et al. (2023), yang juga menemukan bahwa niat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan. Keselarasan ini memperkuat bukti empiris bahwa niat merupakan elemen kognitif yang menentukan apakah seseorang mampu menerapkan pola pengelolaan keuangan yang disiplin, seperti menabung secara berkala, menghindari pengeluaran yang tidak penting, serta mematuhi kewajiban pembayaran. Individu dengan niat kuat akan lebih siap menghadapi tren gaya hidup modern yang cenderung konsumtif, terutama bagi pengguna Paylater yang rentan melakukan pembelian impulsif.

Implikasi pada hipotesis ini memberikan gambaran untuk berfokus pada peningkatan kesadaran dan niat untuk mewujudkan perilaku finansial yang bertanggung jawab seperti fitur tujuan yang akan dicapai, membuat anggaran, notifikasi untuk mengevaluasi, notifikasi jatuh tempo. Fitur-fitur tersebut dapat dikembangkan sebagai upaya untuk memastikan bahwa kemudahan layanan digital tidak melemahkan niat pengelolaan keuangan yang sehat, tetapi justru dapat meningkatkan pengelolaan keuangan yang sehat.

Dalam perspektif Islam, intention ditekankan sebagai landasan dari sebuah keinginan yang didukung oleh syariat. Adapun penjelasan mengenai intention berada pada Q.S Al-Bayyinah: 5

إِنَّ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ أَهْلِ الْكِتَابِ وَالْمُشْرِكِينَ فِي نَارِ جَهَنَّمَ خَالِدِينَ فِيهَا أُولَئِكَ هُمْ شَرُّ الْبَرِيَّةِ

Artinya: “Mereka tidak diperintah, kecuali untuk menyembah Allah dengan mengikhlaskan ketaatan kepada-Nya lagi hanif (istikamah), melaksanakan salat, dan menunaikan zakat. Itulah agama yang lurus (benar)” (Q.S Al-Bayyinah: 5) (*Qur'an Kemenag*, n.d.).

Menurut Tafsir Ibnu Katsir, ayat ini menjelaskan bahwa inti dari ajaran semua nabi adalah memurnikan ibadah hanya kepada Allah dengan niat yang tulus. “Mukhlisīn” di sini berarti menjauhkan diri dari segala bentuk syirik, riya, atau motivasi duniawi yang mencemari niat. Dengan demikian, niat menjadi pondasi utama dari amal. Tanpa niat yang ikhlas, amal tersebut kehilangan nilai ibadahnya, meskipun secara lahiriah tampak baik (Ibnu Katsir., n.d.). Tafsir Al-Qurthubi menambahkan bahwa ayat ini menjadi dalil bahwa setiap amalan hanya diterima bila diniatkan karena Allah dan sesuai syariat-Nya. Hal ini sejalan dengan konsep psikologis modern bahwa niat adalah determinan awal sebelum seseorang melakukan tindakan.

4.6.5 Pengaruh *Islamic Financial Literacy* Terhadap *Intention*

Berdasarkan penelitian, hipotesis kelima menyatakan bahwa *Islamic financial literacy* berpengaruh terhadap *financial self-efficacy*, sehingga hipotesis terbukti dan diterima yang mencerminkan hubungan positif yang kuat, menunjukkan bahwa peningkatan pemahaman individu mengenai prinsip-prinsip keuangan syariah berkontribusi langsung terhadap meningkatnya intensi dalam mengelola keuangan sesuai nilai-nilai Islam. Temuan ini mengindikasikan bahwa literasi keuangan Islam bukan hanya berfungsi sebagai pengetahuan pasif, melainkan mampu membentuk

dorongan internal yang kuat untuk bertindak selaras dengan norma-norma syariah, seperti menghindari riba, gharar, dan praktik konsumtif yang tidak mendesak.

Hasil penelitian ini menjadi sangat relevan karena generasi Z pengguna Paylater di Kabupaten Tulungagung ini dikenal memiliki kecenderungan konsumtif dan tingkat ketergantungan yang relatif tinggi terhadap layanan keuangan digital, termasuk Paylater. Meskipun demikian, peningkatan literasi keuangan syariah tampaknya berperan sebagai mekanisme kontrol diri yang mengarahkan untuk lebih selektif dalam memilih instrumen keuangan. Pengetahuan mengenai larangan riba, kewajiban mengelola harta secara amanah, serta pentingnya pengendalian keinginan konsumsi memberikan batasan moral dan etis yang memperkuat intensi untuk mengarahkan perilaku keuangan sesuai nilai Islam. Dengan demikian, meskipun paylater adalah fasilitas yang praktis dan cepat, Generasi Z dengan literasi keuangan syariah yang tinggi cenderung lebih berhati-hati dalam penggunaannya karena menyadari potensi risiko finansial maupun ketidaksesuaian syariah dari layanan tersebut.

Kaitan hasil penelitian ini dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) terlihat jelas pada elemen *attitude toward behavior* dan *subjective norms*. Pengetahuan keuangan syariah membentuk sikap positif terhadap perilaku keuangan yang sesuai prinsip Islam. Ketika seseorang memahami bahwa pengelolaan keuangan syariah membawa manfaat spiritual, moral, dan finansial jangka panjang, maka sikap mereka terhadap pengambilan keputusan keuangan juga menjadi lebih positif. Bagi Generasi Z di Tulungagung yang tumbuh dalam lingkungan religius dan budaya sosial yang kuat, norma kolektif memberikan tekanan positif untuk mengikuti aturan syariah dalam aktivitas keuangan, termasuk penggunaan layanan digital seperti Paylater.

Selain itu, temuan ini diperkuat oleh fakta lapangan bahwa ketersediaan layanan keuangan digital berbasis syariah masih terbatas, sehingga intensi yang kuat untuk menerapkan prinsip syariah seringkali tidak sepenuhnya dapat diwujudkan dalam praktik. Meskipun demikian, di tingkat niat, Generasi Z tetap menunjukkan komitmen kuat untuk memilih layanan yang dianggap lebih sesuai dengan nilai Islam ketika tersedia. Hal ini menunjukkan bahwa intensi sudah terbentuk, tetapi terdapat kendala pada faktor kontrol eksternal (*perceived behavioral control*), seperti keterbatasan produk keuangan syariah digital yang kompetitif atau kurangnya edukasi dari penyedia layanan.

Temuan ini juga konsisten dengan penelitian Wahyuni et al. (2023) dan Prasetyo (2024) yang menjelaskan bahwa peningkatan pemahaman keuangan syariah mendorong individu untuk lebih memilih dan menggunakan layanan keuangan berbasis Islam. Edukasi keuangan yang dilakukan secara daring maupun luring terbukti mampu mengurangi keraguan masyarakat terhadap layanan keuangan syariah, sekaligus membuka ruang bagi terbentuknya intensi yang kuat untuk mempraktikkan prinsip-prinsip tersebut dalam pengelolaan keuangan sehari-hari. Dalam penelitian ini, kondisi serupa terlihat pada Generasi Z Tulungagung: semakin banyak informasi mengenai keuangan syariah yang mereka terima baik dari media sosial, konten edukatif, maupun komunitas Islami semakin kuat pula niat mereka untuk mengelola keuangan secara lebih aman, berkah, dan bertanggung jawab.

Implikasi pada hipotesis ini menunjukkan bahwa diperlukan perluasan mengenai edukasi program literasi keuangan Islam di masyarakat, karena banyak masyarakat terutama yang berada di daerah kabupaten memperoleh informasi yang sangat minim mengenai literasi keuangan Islam. Hal itu menyebabkan masyarakat

cenderung memilih produk keuangan berdasarkan produk keuangan yang paling dominan di lingkungan sekitarnya tanpa mempertimbangkan risiko, kemampuan finansial dan tujuan yang perlu dicapai oleh setiap individu.

Dalam perspektif Islam, konsep Islamic financial literacy dan niat memiliki landasan yang kuat dalam Al-Qur'an. Islam sangat menganjurkan individu mempunyai pemahaman yang kuat tentang keuangan islam yang disertai niat, sehingga akan menghasilkan keputusan keuangan yang tercermin dalam prinsip Islam. Konsep ini berkaitan dengan Q.S Ali-Imran: 159

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S An-nisa’:29) (*Qur'an Kemenag*, n.d.)

Menurut Ibnu Katsir. (n.d.) ayat ini menjelaskan bahwa tidak diperbolehkan berniaga atau bertindak secara batil dengan memakan bagian orang lain. Ayat ini membuktikan bahwa diperkenankan untuk memiliki pemahaman tentang literasi keuangan Islam untuk dapat membedakan mana yang dilarang dan diperbolehkan, ayat ini sekaligus sebagai penjabar bahwa riba, maysir dan gharar itu dilarang dalam Islam. Pengetahuan mengenai literasi keuangan Islam yang tinggi akan mendorong individu untuk berniat memilih perilaku keuangan finansial yang sesuai dengan tuntunan Islam.

4.6.6 Pengaruh *Financial Self-Efficacy* Terhadap *Intention*

Hipotesis keenam pada penelitian antara *financial self-efficacy* terhadap *intention* dinyatakan terbukti dan diterima dengan indikasi hubungan positif yang cukup kuat, sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya dalam mengelola keuangan, semakin besar pula niat melakukan tindakan finansial yang sehat dan terarah. Penelitian ini menunjukkan bahwa efikasi diri memainkan peran kunci dalam mendorong munculnya intensi untuk bertindak, terutama dalam konteks pengelolaan keuangan.

Makna dari hasil penelitian dapat dipahami bahwa efektivitas pengelolaan keuangan tidak hanya ditentukan oleh pengetahuan atau kondisi eksternal semata, melainkan juga dipengaruhi secara kuat oleh kepercayaan diri individu. Ketika seseorang merasa mampu menyusun anggaran, mengendalikan pengeluaran, mengelola tagihan, atau mengambil keputusan keuangan dengan tepat, maka intensi untuk melakukannya akan terbentuk secara lebih konsisten. Dalam konteks ini, efikasi diri menjadi sumber motivasi utama yang mendorong seseorang untuk bertindak sesuai tujuan keuangannya. Kepercayaan diri tersebut berfungsi sebagai energi psikologis yang menggerakkan individu dari sekadar mengetahui apa yang harus dilakukan menjadi benar-benar berniat melakukannya secara nyata. Oleh karena itu, *financial self-efficacy* yang tinggi berperan sebagai mekanisme pengendalian diri (*self-regulatory mechanism*) yang penting. Generasi Z yang memiliki rasa percaya diri dalam mengatur keuangan akan lebih mampu menahan dorongan konsumtif, mempertimbangkan risiko keterlambatan pembayaran Paylater, serta mengelola cicilan dengan lebih teratur. Dari keyakinan yang kuat akan membuat individu lebih mempertimbangkan segala sesuatu dengan matang.

Keterkaitan hasil penelitian ini dengan *Social Cognitive Theory* (SCT) terlihat sangat kuat. Dalam SCT, perilaku seseorang dipengaruhi oleh interaksi timbal balik antara faktor personal, lingkungan, dan perilaku itu sendiri, yang dikenal sebagai *reciprocal determinism*. *Financial self-efficacy* merupakan komponen inti dari faktor personal yang menentukan bagaimana seseorang memproses informasi, memandang tantangan keuangan, dan mengambil keputusan finansial. Efikasi diri menentukan besarnya usaha yang akan dikeluarkan individu ketika menghadapi risiko penggunaan paylater, seberapa lama mereka bertahan ketika mengalami tekanan pembayaran, serta seberapa cepat mereka mampu menyesuaikan perilaku ketika mengalami kendala finansial. Dengan demikian, intensi yang terbentuk tidak hanya berasal dari pengetahuan atau norma sosial, tetapi dari evaluasi personal mengenai kemampuan diri. Selain itu, SCT menekankan pentingnya *observational learning* dan *mastery experiences*.

Kemudian, menurut Generasi Z di Tulungagung, banyak individu mempelajari pengelolaan keuangan dari lingkungan sekitar seperti teman sebaya, keluarga, atau konten edukasi di media sosial. Ketika mereka melihat figur lain berhasil mengelola keuangan atau menghindari jeratan Paylater, proses pengamatan tersebut dapat meningkatkan efikasi diri mereka. Begitu pula pengalaman pribadi dalam mengatur pengeluaran bulanan, membayar tagihan tepat waktu, atau berhasil menekan konsumsi impulsif memberikan *mastery experiences* yang memperkuat kepercayaan diri mereka. Interaksi faktor-faktor ini berkontribusi langsung terhadap terbentuknya intensi pengelolaan keuangan yang lebih baik.

Studi pada penelitian ini juga selaras dengan studi Rangkuti et al. (2023) yang menyatakan bahwa efikasi diri finansial memiliki pengaruh positif dan signifikan

terhadap intensi keuangan individu. Individu membutuhkan keyakinan internal untuk memastikan bahwa mereka mampu mengatasi permasalahan keuangan secara efektif. Tanpa efikasi diri, seseorang akan cenderung ragu, kurang percaya diri, dan pada akhirnya gagal membangun intensi yang kuat untuk bertindak secara finansial. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, *financial self-efficacy* terbukti menjadi faktor psikologis penting yang menjembatani antara pemahaman keuangan dan pembentukan niat.

Implikasi dari penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan efikasi diri menjadi faktor penting untuk menekan risiko perilaku keuangan yang tidak bijak berkaitan dengan penggunaan layanan Paylater. Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi penyedia layanan keuangan untuk merancang fitur-fitur edukatif, pengingat pembayaran, rancangan anggaran keuangan dan media pembelajaran yang dapat meningkatkan rasa percaya diri pengguna dalam mengelola keuangan.

Dalam perspektif Islam, konsep efikasi diri finansial dan niat memiliki landasan yang kuat dalam Al-Qur'an. Islam sangat menganjurkan individu mempunyai tingkat kepercayaan diri terutama dalam mengelola keuangan yang disertai niat yang kuat, sehingga akan menghasilkan tindakan yang konsisten. Konsep ini berkaitan dengan Q.S Ali-Imran: 159

.....فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: "... Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang bertawakal." (Q.S Ali-Imran: 159) (*Qur'an Kemenag*, n.d.)

Menurut Ibnu Katsir. (n.d.) ayat ini memiliki banyak pesan yang disampaikan Allah swt kepada umatnya, salah satunya adalah ketegasan dalam tekad setelah keputusan dibuat dan kemudian bertawakkal kepada Allah. Ketegasan dalam tekad terbentuk setelah melalui proses berpikir, menimbang dan merencanakan segala sesuatu dengan matang serta mengajarkan setiap keputusan yang dibuat harus berlandaskan kepercayaan atau keyakinan terhadap kemampuan diri dan kemudian secara sadar memiliki rasa tanggung jawab atas berjalannya keputusan tersebut. Ketika seseorang sudah berpikir secara matang, kemudian niat untuk mewujudkan hal tersebut akan muncul beriringan dengan optimisisme bahwa tindakan yang akan berjalan benar-benar hasil keputusan yang sesuai dengan kemampuan diri.

4.6.7 Pengaruh *Perceived Ease of Use* Terhadap *Intention*

Hasil pengujian hipotesis ketujuh menyatakan bahwa *perceived ease of use* tidak berpengaruh terhadap *intention*. Artinya, kemudahan penggunaan saja tidak cukup untuk memperkuat niat generasi Z di Kabupaten Tulungagung menggunakan layanan Paylater. Bagi generasi Z yang akrab dengan digital, tentunya kemudahan penggunaan digital dianggap hal yang wajar bukan lagi sesuatu yang menjadi tambah bagi layanan tersebut. Seiring dengan keakraban dengan dunia digital, pengetahuan generasi Z tentang literasi keuangan, keyakinan akan kemampuan dalam mengelola keuangan juga semakin meningkat, sehingga untuk mengambil keputusan mengenai keuangan mereka akan mempertimbangkan dengan matang bagaimana dampak dan juga manfaat yang akan diterima ketika melakukan hal tersebut.

Alasan yang diperoleh dari pengisian kuisioner mengindikasikan bahwa *perceived ease of use* tidak bisa menjadi faktor utama dalam memengaruhi generasi Z di Kabupaten Tulungagung untuk berkeinginan menggunakannya. Terdapat faktor

eksternal yang sering menjadi pendorong mereka menggunakan layanan paylater seperti halnya kebutuhan mendesak, diskon, limit yang besar, fleksibilitas pembayaran, genGsi sosial dan juga kemudahan pengalaman dari diri sendiri maupun orang lain. Walaupun begitu, beberapa generasi Z telah memiliki kesadaran dan pemahaman akan risiko yang akan terjadi jika tidak mengambil keputusan berdasarkan pertimbangan yang matang seperti dampak terhadap kesehatan finansial, biaya perbulan membengkak, dan juga ancaman over-limit.

Kemudian hipotesis ini berkaitan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang memiliki indikator *attitude*, *subjective norms* dan *perceived behavioral control*. Hasil penelitian yang tidak signifikan tersebut menunjukkan bahwa attitude terhadap paylater yang dianggap memicu budaya konsumtif, norma sosial yang dipengaruhi oleh orang lain, media sosial atau faktor eksternal lainnya dan juga persepsi terhadap kontrol fisik mengenai gagal bayar tidak tepat pada waktunya.

Penelitian ini sesuai dengan temuan terdahulu oleh Pambudi et al. (2023) yang mengatakab bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki dampak negatif dan tidak signifikan terhadap niat, karena beberapa faktor lain juga memengaruhi pilihan alternatif individu. Hal ini mungkin disebabkan oleh penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa niat pengguna untuk menggunakan aplikasi investasi sebagian besar didorong oleh fitur-fitur yang memberikan nilai yang jelas, yang berarti bahwa kemudahan penggunaan saja tidak cukup untuk memperkuat niat mereka untuk menggunakan *platform* tersebut.

Implikasi dari hipotesis ini adalah kemudahan penggunaan bukan sebagai prediktor utama bagi intensi penggunaan layanan digital sehingga kemudahan penggunaan saja tidak menarik minat generasi Z untuk menggunakan layanan

tersebut. Terdapat faktor eksternal yang menyebabkan generasi Z menggunakan layanan yang telah disediakan yakni adanya kebutuhan mendesak, diskon, gengsi sosial dan pengalaman dari pihak lain. Bagi penyedia layanan dan akademisi keuangan perlu mengadakan program untuk meningkatkan literasi keuangan generasi muda yang berfokus pada menganalisis risiko, pemahaman konsep utang jangka panjang dan perencanaan keuangan pribadi.

Dalam perspektif Islam, konsep kemudahan penggunaan layanan dan niat memiliki landasan yang kuat dalam Al-Qur'an. Islam menganjurkan individu untuk mempelajari segala hal supaya mudah untuk menghadapi segala sesuatu contohnya mengani perkembangan digital yang juga dibarengi dengan keinginan untuk belajar, sehingga akan menghasilkan tindakan yang konsisten. Konsep ini berkaitan dengan Q.S Al-Baqarah: 185

....يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ

Artinya: “.....Allah menghendaki kemudahan bagimu dan tidak menghendaki kesukaran....” (Q.S Al-Baqarah: 185) (*Qur'an Kemenag*, n.d.)

Ayat di atas menjelaskan tentang Allah swt menghendaki kemudahan dan tidak menghendaki kesukaran terhadap kaumnya. Setiap yang diperintahkan Allah swt tidak ada yang membebani umatnya, segalanya dipermudah. Sesuai dengan variabel penelitian ini tentang sejauh mana seseorang merasa mudah dalam menggunakan teknologi, tidak terbebani, dan *effortless*. Sebuah teknologi dirancang mudah untuk memberikan kenyamanan sekaligus sebagai daya tarik agar banyak yang menggunakan teknologi tersebut. Kemudian, jika teknologi mudah digunakan, maka dalam diri manusia akan muncul niat untuk menggunakannya, tetapi hal

tersebut tidak dapat menjadi faktor utama karena terdapat faktor-faktor lain yang memengaruhi niat tersebut akan diwujudkan dalam bentuk nyata atau tidak.

4.6.8 Pengaruh *Intention* Dalam Memediasi *Islamic Financial Literacy* Terhadap *Financial Management Behavior*

Hasil analisis dari penelitian hipotesis kedelapan mengungkapkan adanya pengaruh tidak langsung antara *Islamic financial literacy* terhadap *financial management behavior* melalui variabel *intention* sebagai mediasi. Hipotesis ini membuktikan adanya hubungan positif artinya pengetahuan dan pemahaman keuangan syariah yang baik dapat meningkatkan niat atau keinginan individu membentuk perilaku keuangan syariah yang baik. Maknanya, individu yang memiliki pemahaman tentang keuangan syariah akan cenderung menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari seperti bertransaksi dengan menghindari riba, gharar dan lain sebagainya, dan tekad yang kuat menjadi jembatan antara literasi syariah dan juga perilaku pengelolaan keuangan.

Pola mediasi pada objek generasi Z pengguna paylater di Kabupaten Tulungagung ini memberikan wawasan bahwa saat individu memiliki tingkat literasi keuangan Islam yang tinggi, generasi Z cenderung membentuk niat yang kuat terhadap terwujudnya perilaku pengelolaan keuangan yang sehat. Generasi Z dengan pemahaman literasi keuangan Islam yang tinggi akan merasa percaya diri untuk merealisasikan niat dalam menilai produk keuangan, menganalisis risiko dan membuat anggaran keuangan.

Literasi keuangan Islam berkaitan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang menjelaskan setiap perilaku individu tidak semata-mata dipengaruhi oleh keyakinan dan norma pribadi, melainkan juga oleh pandangannya terhadap

kemampuan diri sendiri untuk mengatur perilaku berdasarkan keyakinan terhadap kontrol yang dimiliki (*control beliefs*) (Chau, 2001). Teori TPB menyoroti bahwa perilaku manusia bersifat rasional dan didasarkan pada keyakinan bahwa tindakan individu berada di bawah kendali kesadarannya (Griffin, 2012). Pengelolaan keuangan yang berlandaskan pada TPB merupakan teori yang dipakai untuk memahami perilaku sosial manusia yang kompleks, termasuk bagaimana individu mengelola keuangannya yang dianggap sebagai salah satu bentuk perilaku. Pada saat berperilaku individu harus berdasarkan pada niat yang diasumsikan sebagai keadaan motivasional yang mensugesti perilaku dan juga pengetahuan tentang literasi keuangan yang berprinsip pada hukum Islam.

Hasil dari penelitian sejalan dengan penelitian Prasetyo (2024) yang menyatakan *Islamic financial literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial management behavior* dimediasi oleh niat. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman dan pengetahuan yang kuat tentang keuangan Islam mendorong pengelolaan perilaku keuangan yang lebih baik, dengan niat sebagai pendorong utama yang menerjemahkan pemahaman ini ke dalam praktik nyata. Niat sebagai pendukung ini memiliki posisi penting dalam mempertahankan perilaku agar tetap aktif dalam jangka panjang.

Implikasi dari hipotesis ini menjelaskan bahwa peningkatan perilaku pengelolaan keuangan tidak hanya membutuhkan penyediaan informasi teknis mengenai instrumen keuangan, tetapi juga disertai dengan peningkatan pemahaman nilai-nilai syariah yang menjadi pedoman dalam mengambil keputusan. Pihak-pihak yang berkaitan perlu mengadakan program edukasi untuk mendorong internalisasi nilai-nilai keuangan Islam yang relevan dengan realitas penggunaan layanan digital oleh generasi Z.

Dalam perspektif Islam, pengaruh literasi keuangan Islam terhadap perilaku pengelolaan keuangan yang di mediasi niat mendapat sorotan kuat dalam Al-Qur'an yang terletak pada Q.S Al-Baqarah: 282

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَى أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُبَ بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ
وَلَا يَأْبَ كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ ۚ

Artinya: ” Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya..." (Q.S Al-Baqarah: 282) (*Qur'an Kemenag*, n.d.)

Menurut tafsir Ibnu Katsir. (n.d.) ayat ini menjelaskan perintah pencatatan sebagai isyarat penting literasi keuangan, sementara frasa ”menuliskan dengan benar” menekankan aspek pengetahuan dan pengelolaan keuangan yang baik. Pencatatan yang dijelaskan dalam tafsir ini bukan hanya sebagai formalitas tetapi juga bentuk transparansi dan dokumen dalam membentuk pengelolaan keuangan yang sehat, terstruktur dan juga teratur.

4.6.9 Pengaruh *Intention* Dalam Memediasi *Financial Self-Efficacy* Terhadap *Financial Management Behavior*

Hasil dari penelitian pada hipotesis kesembilan mengungkapkan adanya pengaruh tidak langsung antara *financial self-efficacy* terhadap *financial management behavior* melalui variabel *intention* sebagai mediasi. Hipotesis ini menunjukkan hubungan positif artinya kemampuan individu dalam mengelola keuangan dengan

baik dapat meningkatkan niat atau keinginan individu sebagai mediasi dalam membentuk perilaku keuangan yang sehat. Maknanya, individu yang memiliki kemampuan yang tinggi dalam mengelola keuangan akan mempunyai kontrol diri dalam berperilaku konsumtif, meminimalisir pengeluaran, dan selalu mencatat serta mempertimbangkan pengeluaran dalam kehidupan sehari-hari, perilaku tersebut diiringi tekad yang kuat sebagai jembatan antara *financial self-efficacy* dan juga perilaku pengelolaan keuangan.

Efikasi diri (*self efficacy*) pada generasi Z pengguna paylater di Kabupaten Tulungagung mengacu pada keyakinan dan bakat individu yang diakibatkan oleh banyak faktor meliputi keterampilan keuangan, kepribadian, lingkungan sosial, dan komponen lain dalam pengelolaan keuangan berperan untuk membantu individu mencapai tujuan dan kepuasan finansial yang diharapkan. Generasi Z yang memiliki tingkat efikasi diri tinggi biasanya memperlihatkan performa atau kemampuan yang lebih unggul dalam mengendalikan keuangannya, tanpa memandang usia maupun jenis kelamin. Artinya, Laki-laki maupun perempuan dan usia berapapun apabila memiliki keyakinan yang tinggi terhadap kemampuan dirinya, cenderung mampu mengatur keuangan pribadi secara efektif.

Efikasi diri finansial merupakan representasi dari *Sosial Cognitive Theory* (SCT) yang menjelaskan faktor-faktor kognitif, perilaku dan lingkungan berinteraksi secara timbal balik untuk memengaruhi perilaku manusia. Salah satu komponen dalam teori ini adalah efikasi diri yang bermakna keyakinan individu terhadap kemampuannya mengorganisir tindakan untuk mencapai tujuan. Menurut *Social cognitive theory*, pengalaman pengelolaan keuangan yang sukses, dukungan

lingkungan, dan kepercayaan diri semuanya akan memengaruhi praktik pengelolaan keuangan yang lebih baik.

Penelitian ini sejalan dengan temuan Rangkuti et al. (2023) yang menunjukkan bahwa intensi berperan sebagai faktor mediasi, yang berdampak positif terhadap efikasi diri finansial dan pengaruhnya terhadap perilaku pengelolaan keuangan. Hal ini menyiratkan bahwa individu dengan tingkat kepercayaan diri dan keterampilan yang lebih tinggi cenderung menunjukkan praktik pengelolaan keuangan yang lebih baik, dengan intensi sebagai elemen motivasi yang memberdayakan mereka untuk mencapai tujuan dalam kenyataan.

Implikasi dari hipotesis ini menunjukkan bahwa upaya peningkatan perilaku pengelolaan keuangan tidak cukup hanya melalui peningkatan pengetahuan atau penyediaan informasi tentang keuangan. Penguatan melalui faktor psikologis seperti efikasi diri menjadi salah satu yang terpenting. Pihak penyedia layanan keuangan dan lembaga akademik dapat merancang program edukasi yang fokusnya untuk mendorong terbentuknya rasa percaya diri, keterampilan mengatasi masalah keuangan dan kemampuan menganalisis risiko finansial dalam setiap keputusan.

Dalam perspektif Islam, pengaruh efikasi diri finansial terhadap perilaku pengelolaan keuangan yang di mediasi niat mendapat legitimasi kuat dalam Al-Qur'an yang terletak pada Q.S At-Taghabun: 16

فَاتَّقُوا اللَّهَ مَا اسْتَطَعْتُمْ

Artinya: "Bertakwalah kamu kepada Allah swt sekuat kemampuanmu..." (Q.S At-Taghabun: 16) (*Qur'an Kemenag*, n.d.)

Menurut tafsir Ibnu Katsir. (n.d.) ayat ini menjelaskan dalam menjalani hidup dan kehidupan ini, Allah memberikan bimbingan. Maka bertakwalah kamu kepada

Allah menurut kesanggupanmu, karena Allah tidak membebani manusia kecuali sesuai dengan kesanggupannya. Dalam penelitian ini dianjurkan untuk memutuskan segala sesuatu, terutama perkara finansial agar sesuai dengan kemampuan masing-masing, tidak melihat kemampuan dan keputusan berdasarkan orang lain. Jika semua sudah ditetapkan sesuai kemampuan individu, maka keyakinan untuk mengelola keuangan akan didukung oleh niat untuk bertindak atau mewujudkan perilaku aktual yang konsisten dan dalam jangka panjang.

4.6.10 Pengaruh *Intention* Dalam Memediasi *Perceived Ease of Use* Terhadap *Financial Management Behavior*

Hasil dari penelitian pada hipotesis kesepuluh mengungkapkan adanya pengaruh tidak langsung antara *perceived ease of use* terhadap *financial management behavior* melalui variabel *intention* sebagai mediasi. Hipotesis ini dinyatakan tidak terbukti karena kemudahan sistem atau layanan keuangan justru menurunkan pengaruh individu terhadap perilaku pengelolaan keuangan melalui niat meskipun. Maknanya, meskipun individu merasa mudah menggunakan layanan atau sistem keuangan, hal tersebut belum tentu memunculkan niat untuk mengelola keuangan dengan baik, maka dari itu dampak terhadap perilaku keuangan juga tidak terlihat. Untuk menjadikaannya berpengaruh perlu faktor lain seperti pengalaman yang baik terhadap teknologi, motivasi dan juga kesadaran finansial.

Menurut generasi Z pengguna Paylater di Kabupaten Tulungagung mekanisme mediasi pada hipotesis ini tidak mendukung teori bahwa ketika sistem keuangan mudah digunakan, dipahami, dan diakses, pengguna merasa lebih mampu mengendalikan pengelolaan keuangan mereka tanpa hambatan teknis yang signifikan. Pada penelitian ini, adanya kemudahan tidak menumbuhkan rasa percaya diri dan

kepercayaan pada generasi Z bahwa sistem tersebut dapat diandalkan dan aman untuk digunakan dalam pengelolaan keuangan sehari-hari. Hal ini disebabkan generasi Z yang memiliki literasi keuangan Islam yang tinggi dan kesadaran untuk mengambil keputusan berdasarkan kemampuan finansial yang akhirnya membentuk pribadi generasi Z yang selalu berhati-hati dalam mengelola keuangannya.

Hipotesis ini berkaitan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (1991) yang mengatakan niat dalam hak ini sebagai bentuk rasa ingin yang muncul dalam diri individu yang kemudian dapat menjadi tindakan nyata yang didorong oleh pertimbangan yang matang melalui faktor internal seperti keinginan, keyakinan berdasarkan kemampuan, pengalaman positif dalam menggunakan suatu hal dan juga kenyamanan. Tidak berhenti sampai disitu, hal ini juga dipengaruhi faktor eksternal seperti pengalaman orang lain, iklan, promosi dan lingkungan sekitar.

Implikasi dari hipotesis ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas pengelolaan keuangan tidak cukup dilakukan melalui penyempurnaan fitur teknologi atau melalui aplikasi semata. Penyedia layanan keuangan harus mempertimbangkan adanya edukasi yang mampu memperkuat motivasi, kesadaran risiko dan kemampuan pengambilan keputusan pengguna. Selain itu, bagi akademisi yang berfokus pada literasi keuangan, penelitian ini memperlihatkan pentingnya memperkuat literasi keuangan sebagai fondasi yang lebih berpengaruh dalam membentuk perilaku keuangan generasi Z.

Dalam perspektif Islam, pengaruh kemudahan dalam penggunaan digital terhadap perilaku pengelolaan keuangan yang di mediasi niat dijelaskan dalam Al-Qur'an yang terletak pada Q.S At-Taghabun: 16

وَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا (٢٦)

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا (٢٧)

Artinya: “Berikanlah kepada kerabat dekat haknya, (juga kepada) orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan. Janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.” (Q.S Al-Isra’: 26-27) (*Qur’an Kemenag*, n.d.)

Menurut tafsir Ibnu Katsir. (n.d.) ayat ini menjelaskan larangan untuk berperilaku boros dan menghambur-hamburkan uang untuk sesuatu yang hanya sebagai bentuk pemenuhan tren, keinginan, gengsi dan budaya konsumtif. Korelasi dengan hipotesis ini, kemudahan penggunaan teknologi yang ditawarkan berpotensi untuk memperburuk perilaku pengelolaan keuangan individu karena individu hanya berfikir mengenai kemudahan penggunaan layanan keuangan seperti Paylater yang tersedia untuk membantu sebagai alat mempermudah keinginannya terwujud tanpa harus mempertimbangkan kemampuan finansial, kebutuhan jangka panjang dan risiko penggunaan layanan. Ayat ini muncul sebagai pengingat bagi individu untuk menjauhi hal-hal yang dilarang dan juga mempertimbangkan akan pendapatan dan pengeluaran digunakan dengan bijak.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan hasil penelitian mengenai pengaruh *Islamic financial literacy*, *financial self-efficacy* dan *perceived ease of use* terhadap *financial management behavior* dengan *intention* sebagai variabel mediasi pada generasi Z pengguna Paylater di Kabupaten Tulungagung, peneliti dapat menyimpulkan hasil penelitian sebagai berikut:

1. *Islamic finansial literacy* (IFL) mencakup aspek pengetahuan dan pemahaman keuangan berdasarkan prinsip Islam berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *financial management behavior* (FMB) pada generasi Z pengguna Paylater di Kabupaten Tulungagung, hipotesis ini tidak terbukti dan tidak diterima. Generasi Z dengan tingkat pemahaman yang tinggi tentang keuangan Islam seperti larangan riba, gharar, dan maysir tidak secara otomatis memengaruhi perilaku pengelolaan keuangan sehari-hari, dikarenakan banyak faktor eksternal yang memengaruhi hal tersebut.
2. *Financial self-efficacy* (FSE) berpengaruh positif dan signifikan terhadap FMB pada generasi Z pengguna Paylater di Kabupaten Tulungagung, hipotesis ini terbukti dan diterima. Generasi Z dengan keyakinan diri yang tinggi akan kemampuannya mengelola keuangan akan diwujudkan secara nyata dalam kehidupan sehari-hari, sehingga terbentuk perilaku pengelolaan keuangan yang sehat dan terstruktur.
3. *Perceived ease of use* (PEoU) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap FMB, hipotesis terbukti dan diterima. Generasi Z dengan tingkat kemudahan yang tinggi

dalam penggunaan layanan digital menunjukkan perilaku pengelolaan keuangan yang tidak baik, hal ini karena faktor penggunaan layanan digital seperti Paylater didasari atas pemenuhan gengsi, mengikuti tren dan memenuhi keinginan yang tidak disesuaikan dengan kemampuan finansialnya. Kemudian pada hipotesis PEOU terhadap *intention* menunjukkan pengaruh negatif dan tidak signifikan, hipotesis ini tidak terbukti dan tidak diterima.

4. *Intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap FMB, hipotesis terbukti dan diterima. Generasi Z yang mempunyai niat kuat dalam dirinya untuk mengelola keuangan dengan baik akan berusaha mewujudkannya dalam kehidupan nyata.
5. *Islamic financial literacy* (IFL) mencakup aspek pengetahuan dan pemahaman keuangan berdasarkan prinsip Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial management behavior* (FMB) pada generasi Z pengguna Paylater di Kabupaten Tulungagung, hipotesis ini terbukti dan diterima. Generasi Z dengan tingkat literasi keuangan Islam yang tinggi akan membentuk niat yang kuat untuk mewujudkannya dalam kehidupan sehari-hari
6. *Financial self-efficacy* (FSE) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention* pada generasi Z pengguna Paylater di Kabupaten Tulungagung, hipotesis ini terbukti dan diterima. Artinya rasa percaya diri yang tinggi mampu meningkatkan niat individu untuk berperilaku secara aktual.
7. *Perceived ease of use* (PEoU) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *Intention* pada generasi Z pengguna Paylater di Kabupaten Tulungagung, hipotesis tidak terbukti dan tidak diterima. Artinya, kemudahan penggunaan layanan digital yang tinggi tidak meningkatkan niat generasi Z untuk menggunakannya. Hal ini dikarenakan adanya tingkat kesadaran pengelolaan keuangan dan literasi keuangan

yang tinggi dalam diri generasi Z, sehingga lebih berhati-hati dan mempertimbangkan risiko ketika akan mengambil keputusan.

8. *Intention* memediasi pengaruh antara IFL terhadap FMB dengan hasil penelitian positif dan signifikan, hipotesis terbukti dan diterima. Generasi Z dengan pemahaman literasi keuangan Islam yang tinggi akan merasa percaya diri untuk merealisasikan niat yang bertindak sebagai jembatan dalam menilai produk keuangan, menganalisis risiko dan membuat anggaran keuangan, sehingga tercipta perilaku pengelolaan yang baik.
9. *Intention* memediasi pengaruh antara FSE terhadap FMB dengan hasil pengujian positif dan signifikan, hipotesis terbukti dan diterima. Generasi Z dengan kemampuan yang tinggi dalam mengelola keuangan akan mempunyai kontrol diri dalam berperilaku konsumtif, meminimalisir pengeluaran, dan selalu mencatat serta mempertimbangkan pengeluaran dalam kehidupan sehari-hari, perilaku tersebut diiringi niat yang kuat sebagai jembatan antara *financial self-efficacy* dan juga perilaku pengelolaan keuangan.
10. *Intention* memediasi pengaruh antara PEOU terhadap FMB dengan hasil pengujian negatif dan tidak signifikan, hipotesis tidak terbukti dan tidak diterima. Menurut generasi Z adanya kemudahan tidak menumbuhkan rasa percaya diri dan kepercayaan bahwa sistem tersebut dapat diandalkan dan aman untuk digunakan dalam pengelolaan keuangan sehari-hari, sehingga niat tidak mampu memediasi pada hipotesis ini.

5.2 Saran

Berdasarkan temuan pada penelitian ini, berikut adalah saran-saran yang diajukan dan dapat direalisasikan untuk berbagai pihak:

1. Bagi pemerintah dan regulator (OJK, DSN-MUI)

Sebagai data empiris untuk merumuskan kebijakan dan program literasi keuangan syariah yang lebih komprehensif dan menjangkau secara merata bagi masyarakat-masyarakat di desa atau kabupaten.

2. Bagi lembaga keuangan dan penyedia layanan Paylater

Untuk meningkatkan efektivitas layanan digital keuangan yang dapat digunakan oleh seluruh lini masyarakat dan juga mengadakan program edukasi yang berfokus pada penyampaian manfaat, risiko dan praktik dalam kehidupan nyata, pihak lembaga keuangan dan penyedia layanan Paylater sebaiknya menyediakan layanan Paylater yang berbasis syariah dengan segala bentuk fitur, layanan, akad, transaksi dan aturannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah sehingga terhindar dari perilaku riba dan sebagainya yang dilarang dalam Islam. Selain itu, sebaiknya menyediakan informasi yang jelas dan terbuka mengenai risiko, bunga dan reminder untuk menggunakan layanan dengan bijak dan disesuaikan dengan kemampuan finansial.

3. Bagi universitas dan akademisi dalam bidang keuangan

Bagi universitas dan akademisi keuangan disarankan untuk mengadakan program edukasi literasi keuangan yang berfokus pada perilaku aktual yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari seperti simulasi perencanaan keuangan, pelatihan pengelolaan keuangan sesuai kemampuan finansial, dan praktik menyusun anggaran keuangan.

4. Bagi masyarakat dan generasi Z pengguna Paylater

Generasi Z disarankan untuk meningkatkan literasi keuangan Islam, kepercayaan diri untuk mampu memutuskan perihal keuangan dengan bijak. Dengan bekal literasi keuangan dan juga keyakinan akan kemampuan diri dapat meningkatkan kesadaran untuk lebih berhati-hati dalam menggunakan Paylater,

bahkan dapat meminimalisir intensitas penggunaannya jika tidak benar-benar dibutuhkan.

5. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan penelitian dengan melibatkan responden dari berbagai latar belakang institusi, daerah atau kelompok usia dan juga jumlah responden agar hasilnya lebih kredibel. Selain itu, eksplorasi variabel lain atau model penelitian yang berbeda untuk menghasilkan wawasan baru yang lebih komprehensif. Dan disarankan untuk meneliti layanan paylater berbasis syariah jika sudah muncul.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W. , & H. J. (2015). *Partial least square (PLS) : alternatif structural equation modeling (SEM) dalam penelitian bisnis / Willy Abdillah, Jogiyanto Hartono andi.* (D. Prabantini, Ed.; 1st ed.).
- Abdullah, M. A. , & A. A. (2015). Islamic Financial Literacy among Bankers in Kuala Lumpur. . *Journal of Emerging Economies and Islamic Research (JEEIR)*, 3(4), 79–84.
- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes* (2nd ed., Vol. 50).
- Al hidayat, R., & Fikhri, R. (2025). Pelatihan Content Creator Pemula dalam Memasuki Industri Konten di Kabupaten Bengkulu Tengah. *Jurnal Semarak Mengabdi*.
- Alwisol. (2011). *Psikologi Kepribadian (Edisi revisi)*. . UMM Press.
- Antara, P. M. , M. R. , & H. F. (2016). *Bridging Islamic Financial Literacy and Halal Literacy: The Way Forward in Halal Ecosystem.* (Vol. 37). *Procedia Economics and Finance*, .
- Asja, H. J. , S. S. , & F. A. (2021). Pengaruh manfaat, kemudahan, dan pendapatan terhadap minat menggunakan paylater: studi kasus masyarakat di DKI Jakarta. . *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 2(4), 309–325.
- Azzahra, A., & Wahyuni, N. (2024). Financial Management Behavior Dengan Financial Self Efficacy Sebagai Variabel Moderasi. *Ebisma (Economics, Business, Management, & Accounting Journal)*, 4(1), 28–38.
<https://doi.org/10.61083/ebisma.v4i1.43>
- Bandura, A. (1977a). *Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. Psychological Review*, . 84(2), 191–215.
- Bandura, A. (1977b). *Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. Psychological Review*, . 84(2), 191–215.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory. Prentice-Hall*.
- Baron, R. A. , & B. D. (2003). *Psikologi Sosial (terjemahan)*. . Erlangga.
- Chau, P. Y. K. , & H. P. J. H. (2001). *Information Technology Acceptance by Individual Professionals: A Model Comparison Approach. Decision Sciences*. . 32(4), 699–719.
- Crow, G. & C. L. (1989). *The factor inner urge, social motif, emotional factor*.

- Damayanti, F. D. W., & Canggi, C. (2021). Pengaruh Penggunaan Pembayaran Shopeepay Later Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Generasi Milenial Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1880–1888.
<https://doi.org/10.29040/jiei.v7i3.2872>
- databoks. (2025). *Persentase Penduduk di Kabupaten Tulungagung Menurut Kategori Kelompok (Data 2024)*.
<https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/4fec4a1f7f6bea6/17-73-penduduk-kabupaten-tulungagung-pada-2024-dengan-usia-0-14-tahun>
- Davis, F. (1989). Perceived Usefulness Perceived Ease of Use, and User. *MIA Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Denytasari, R., Khoiriawati, N., Management, S. F., & Rahmatullah, A. (2023a). Enrichment: Journal of Management The Effect of Financial literacy and Attitudes on Financial management behavior through Community behavioral intentions. In *Enrichment: Journal of Management* (Vol. 13, Issue 5).
- Denytasari, R., Khoiriawati, N., Management, S. F., & Rahmatullah, A. (2023b). The Effect of Financial literacy and Attitudes on Financial management behavior through Community behavioral intentions. In *Enrichment: Journal of Management* (Vol. 13, Issue 5).
- Dina, P., Abror, & Shabbir, Dastgir. (2023). *Generation Z's Financial Behaviour: The Role of Islamic Financial Literacy*. *ISRA International Journal of Islamic Finance*, . 15(2), 246–260.
- Du Caju, P. , P. G. , R. F. , & T. I. (2022). A bigger house at the cost of an empty stomach? The effect of households' indebtedness on their consumption: micro-evidence using Belgian HFCS data. *Review of Economics of the Household*, 21(1), 291–333.
- Dwiyanti, N. A., & Purnamasari, P. E. (2023a). *THE ROLE OF FINANCIAL LITERACY, SELF-EFFICACY, AND RELIGIOSITY ON FINANCIAL BEHAVIOR IN THE MODERATION OF SAVING BEHAVIOR*.
- Dwiyanti, & Purnamasari, P. E. (2023b). The Role of Financial Literacy, Self-Efficacy, and Religiosity on Financial Behavior in the Moderation of Saving Behavior Assets. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 13(1).
- Eviana, V. , & S. A. J. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Penggunaan Sistem Pembayaran Pay Later. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(1), 1968–1977.
- Fintech Trends: Paylater Users Rise*. (2024). <https://insight.jakpat.net/fintech-trends-2024-paylater-users-rise>

- Firdausi, M. R. A. , & K. R. A. (2022). Islamic Financial Literacy Amongst Muslim Students in Indonesia. *A Multidimensional Approach. Journal AL-MUZA RA'AH*, 2022, 77–94.
- Griffin, R. W. (2012). *Fundamentals of Management (6th ed.)*. Mason, OH: South-Western Cengage Learning.
- Hair, J. F. , Howard, M. C. , & , & Nitzl, C. (2021). Assessing Measurement Model Quality in PLS-SEM Using Confirmatory Composite Analysis. *Journal of Business Research*, 109, 101–110.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M. , Ringle, C. M. , & , & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Thousand Oaks: Sage Publications.
- Handayati, P., Restuningdyah, N., Ratnawati, & Meldona. (2023). *The Role of Self-efficacy and Financial Attitude to Financial Well-Being: Mediation of MSME Financial Behavior* (pp. 293–301). https://doi.org/10.2991/978-94-6463-178-4_30
- Harianto, S. , & I. Y. (2021). Pengaruh Financial Knowledge, Pendapatan, Locus of Control, Financial Attitude, Financial Self-Efficacy, dan Parental Financial Socialization terhadap Financial Management Behavior Masyarakat di Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 241.
- Hussain, A., Bin Marsidi, A., & Bt Ab Rahim, R. (2024). Impact of Islamic Financial Literacy on Saving and Investment Decision: The Individual Attitude Effect. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 14(4). <https://doi.org/10.6007/ijarafms/v14-i4/21691>
- Ibnu Katsir. (n.d.). *Tafsir al-Qur'an al- 'Azīm*. Beirut: Dar al-Fikr. Beirut: Dar al-Fikr.
- Jing Jian Xiao. (2016). Handbook of Consumer Finance Research (Switzerland: Springer International Publishing). (Switzerland: Springer International Publishing).
- Kamil, I., Ariani, M., & Irawan, I. A. (2024). The influence of lifestyle and financial literacy on online paylater system and its impact on spending behavior. *Journal of Economics and Business Letters*, 4(2), 51–62. <https://doi.org/10.55942/jeb1.v4i2.285>
- Kredivo diolah Katadata Insight Center. (2024). *Laporan Perilaku Pengguna PayLater Indonesia*.
- Lown, J. M. (2011). Development and Validation of a Financial Self-Efficacy Scale. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 22(2).
- Lukesi, E., Rahadjeng, E. R., & Satiti, N. R. (2021). *Effect of Financial Attitudes, Financial Knowledge, Locus of Control, and Financial Self-*

- Efficacy to Financial Management Behavior in Millennial Generation* (Vol. 01, Issue 01). <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/>
- M Boy Singgih Gitayuda. (2023). *Manajemen Keuangan Perspektif Financial Management Behavior Pada Mahasiswa*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Mardianah Anisa, & Rr. Iramani. (2021). Model Hubungan Literasi, Pengalaman dan Perilaku Pengelolaan Keuangan Keluarga: Peran Niat Berperilaku Sebagai Mediasi. *JURNAL MANAJEMEN DAN KEUANGAN*, 10(2).
- Nadziroh, U. A., Malikah Ank, & Bastomi Mohamad. (2025). Pengaruh Islamic Financial Literacy, Financial Knowledge dan Financial Attitude Terhadap Financial Management Behavior (Studi Pada Santri Pondok Pesantren Sabilurrosyad Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen*. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm>
- Novi Reza Pramasari, Wildan Wardhani, & Agus Eko Sujianto. (2024). Budaya Ngopi : Pola Konsumsi Konsumen Kafe, Kedai Kopi dan Warung Kopi di Kabupaten Tulungagung. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(6). <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i6.1531>
- Nurfitri, A. R. N., Dimyati, Winarsih, & Setyaningsih, E. (2025). Fenomena Peningkatan Penggunaan Paylater di Indonesia dan Dampaknya Terhadap Perilaku Masyarakat. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*.
- Ormrod, J. E. (2019). *Educational Psychology: Developing Learners*. Pearson.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2021). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan*. Jakarta: OJK. .
- Pambudi, I. A. S., Roswinanto, W., & Meiria, C. H. (2023). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Dan Perceived Enjoyment Terhadap Minat untuk Terus Menggunakan Aplikasi Investasi di Indonesia. *Journal of Management and Business Review*, 20(3), 482–501. <https://doi.org/10.34149/jmbr.v20i3.577>
- Pamudji, E. P. (2016). *Pusat Perbelanjaan Modern di Tulungagung*.
- Patrisia, D., Abror, A., Dastgir, S., & Rahayu, R. (2023). GENERATION Z's FINANCIAL BEHAVIOUR: THE ROLE OF ISLAMIC FINANCIAL LITERACY. *ISRA International Journal of Islamic Finance*, 15(2), 20–37. <https://doi.org/10.55188/ijif.v15i2.540>
- Paulina Y. Amtiran. (2021). Literasi Keuangan Dan Perilaku Keuangan: Suatu Pendekatan Empirik Kasus-Kasus Manajemen . CV. *Literasi Nusantara Abadi*.
- PDDikti. (n.d.). Retrieved October 16, 2025, from <https://pddikti.kemdiktisaintek.go.id/perguruan-tinggi>

- Prasetyo, W. , & P. M. (2024). The effect of islamic financial literacy, spiritual intelligence, and business ethics on the behavior of the millennial generation with the mediating variable of intention to use islamic banking services in depok city. . *Costing*, 7(6), 10640–10654.
- Pratama, M. D. W. , & S. A. (2024). Factors Influencing Financial Management Behavior. . *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*.
- Pratama Marpaung, A., Sri Wardani, K., & Sani, A. (2024). *Determinan Perilaku Pengelolaan Keuangan Dalam Penggunaan Paylater: Studi Kasus Pada Generasi Z Di Kota Medan*.
- Pusparani, A. , & K. A. (2019). Analisis Pengaruh Financial Literacy Dan Financial Attitudeterhadap Financial Behavior pada Siswa Sekolah Menengah Pertama Di Kota Bandung. *Jurnal Mitra Manajemen*.
- Qur'an Kemenag*. (n.d.). Retrieved September 26, 2025, from <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/2?from=1&to=267>
- Rahim, S. H. A. , R. R. A. , & H. A. B. (2016). Islamic Financial Literacy and its Determinants among University Students: An Exploratory Factor Analysis. . *International Journal of Economics and Financial Issues*, 6(7), 32–35.
- Rahmatang, Rosmanidar Elyanti, & Andriani Beid Fitrianova. (2024). Pengaruh Islamic Financial Literacy, Lifestyle, Dan Self Control Terhadap Financial Management Behavior Pada Mahasiswa. *JURNAL ILMIAH KOMPUTERISASI AKUNTANSI*, 17(1).
<https://doi.org/10.51903/kompak.v17i1.1778>
- Ramadhan, A. N., & Dasra Viana, E. (2023). Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Risk, dan Locus of Control terhadap Perilaku Keuangan Pengguna Fintech Lending. *GREENOMIKA*, 2, 123–134.
<https://doi.org/10.55732/unu.gnk.2023>
- Rangkuti, A., Fuad, M., & Dewi, M. (2023). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU MASYARAKAT DALAM MENGELOLA KEUANGAN DENGAN NIAT SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *JURSIMA: Jurnal Sistem Informasi Dan Manajemen*, 11, 2023.
- Rifdani, & Cerya, E. (2022). Bagaimana Literasi Keuangan Mempengaruhi Perilaku Pengelolaan Keuangan Pribadi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi ? *Jurnal Ecogen*.
- Ruben M, B., & David A, K. (1986). The Moderator–Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. . *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173–1182.

- Setianingsih, D., Dewi, M., & Chanda, A. (2022). THE EFFECT of FINANCIAL KNOWLEDGE, FINANCIAL PLANNING, INTERNAL LOCUL of CONTROL, AND FINANCIAL SELF-EFFICACY on FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR: A CASE STUDY of SMEs GROCERY STORES. *SAMUKA Jurnal Samudra Ekonomika*, 6(1), 19–30. <https://doi.org/https://ejurnalunsam.id/index.php/jse>
- Sihotang, H. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*.
- Sitepu, G. A., & Fadila, A. (2024). ANALISIS PEMANFAATAN LAYANAN PAYLATER DI ERA KEUANGAN DIGITAL OLEH GENERASI Z. In *Journal of Young Entrepreneurs* (Vol. 3, Issue 1). <https://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/jye>
- Siva Kumar, N. (2025). How Financial Literacy Influences Budgeting, Investment, and Savings Behaviors. *Research Journal of Business Studies* /, 01, 101–114. <https://doi.org/10.21632/irjbs>
- SNLIK oleh OJK dan BPS. (2024). *Siaran Pers Bersama: Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Masyarakat Meningkat, OJK dan BPS Umumkan Hasil Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan (SNLIK) Tahun 2024*. <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/OJK-dan-BPS-Umumkan-Hasil-Survei-Nasional-Literasi-Dan-Inklusi-Kuangan-SNLIK-Tahun-2025.aspx>
- SNLIK oleh OJK dan BPS. (2025). *Siaran Pers Bersama: Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Masyarakat Meningkat, OJK dan BPS Umumkan Hasil Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan (SNLIK) Tahun 2025*. <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/OJK-dan-BPS-Umumkan-Hasil-Survei-Nasional-Literasi-Dan-Inklusi-Kuangan-SNLIK-Tahun-2025.aspx>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Supriyanto, A. S. & M. V. (2013). *Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia Teori, Kuesioner, dan Analisis Data* (II).
- Venkatesh, V. , T. J. Y. L. , & X. X. (2012). *Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology*. *MIS Quarterly*, . 36(1), 157–178.
- Wahyuni, S. F., Radiman1, Hafiz, M. S., & Jufrizen. (2023). Financial literacy and financial attitude on financial management behavior: An examination of the mediating role of the behavioral intention of students at private universities in Indonesia. *Investment Management and Financial Innovations*, 20(3), 239–250. [https://doi.org/10.21511/imfi.20\(3\).2023.20](https://doi.org/10.21511/imfi.20(3).2023.20)
- Waty, N. Q. (2021). *Analisis Perilaku Manajemen Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Upn Veteran Jakarta Dimasa Pandemi Covid-19*.

- Wijaya, H. R., Hati, S. R. H., Ekaputra, I. A., & Kassim, S. (2024). The impact of religiosity and financial literacy on financial management behavior and well-being among Indonesian Muslims. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1). <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03309-6>
- Yuniansyah, Handayani, F. S., Hartat, E., & Aprizal, Y. (2025). Structural Equation Modeling Factors That Influence Online Course Acceptance in University Students. *Journal of Applied Data Sciences*, 6(4), 2361–2375. <https://doi.org/10.47738/jads.v6i4.863>

LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Penulis

BIODATA PENELITIAN

Data Pribadi

Nama : Alfina Khoirun Nada

Tempat, Tanggal Lahir : Tulungagung, 23 Mei 2001

Alamat Asal : RT: 01/ RW: 10, Ds. Sumberagung, Kec. Rejotangan,
Kab. Tulungagung

Alamat Domisili : Pondok Pesantren Al-Barokah Jl. Kanjuruhan IV No.
16, Tlogomas, Kec. Lowokwaru, Kota Malang

Teleponn/Hp : 085123131185

E-Mail : alfinanada889@gmail.com

Pendidikan Formal

2006-2008 : RA Al-Khodijah Sumberagung

2008-2014 : MI Ar-Rosidiyah Sumberagung

2014-2017 : MTsN Kunir Blitar

2017-2020 : MA Bani ‘Ali Mursyad Banaran, Magetan

2022-2025 : UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Pendidikan Non-Formal

2016 : Basic English Course (BEC) Pare, Kediri

2020-2022 : Takhassus Pondok Pesantren Bani ‘Ali Mursyad
Magetan

2022-2023 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Arab (PKPBA)
UIN Malang

2023-2024 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Inggris (PKPBI)
UIN Malang

2023-2025 : Pondok Pesantren Al-Barokah Malang

Pengalaman Organisasi

1. Anggota Hai'ah Tahfidz Qur'an (HTQ) 2022
2. Anggota Pengurus Keamanan Pondok Pesantren Al-Barokah Malang Tahun 2023
3. Koordinator Pengurus Keamanan Pondok Pesantren Al-Barokah Malang Tahun 2024

Lampiran 2 Kuisisioner Penelitian

KUISISIONER PENELITIAN

Pengaruh Islamic Financial Literacy, Financial Self-Efficacy dan Perceived Ease of Use Terhadap Financial Management Behavior dengan Intention Sebagai Variabel Mediasi

Assalamualaikum Wr.Wb

Kepada Yang Terhormat Bapak/Ibu, Saudara/i, perkenalkan nama saya Alfina Khoirun Nada, saya mahasiswi program studi Manajemen Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang (UIN Malang) yang sedang melakukan penelitian dalam rangka penyusunan tugas akhir dengan judul “ ***Pengaruh Islamic Financial Literacy, Financial Self-Efficacy dan Perceived Ease of Use Terhadap Financial Management Behavior dengan Intention Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Generasi Z Pengguna Paylater di Kabupaten Tulungagung)*** ” Sebagai bagian dari pelaksanaan penelitian tersebut, saya memerlukan partisipasi responden yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Generasi Z yang berusia 18 - 28 tahun
2. Berdomisili di Kabupaten Tulungagung
3. Pernah atau sedang menggunakan layanan paylater di platform manapun.

Keterangan:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Sangat Setuju (SS)

3 = Kurang Setuju (KS)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

Sehubungan dengan hal ini, saya memohon kesediaan Bapak/ibu, saudara/i untuk mengisi kuisioner ini sesuai pendapat, kondisi dan pengalaman masing-masing. Semua respon dalam kuisioner ini bersifat rahasia dan hanya untuk kepentingan penelitian yang dilakukan peneliti.

Atas kesediaan, waktu dan partisipasi yang diberikan, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Salam Hormat

Alfina Nada

Nama Responden :

Jenis Kelamin : ☐ Laki-Laki ☐ Perempuan

Usia : ☐ 18 – 20 tahun ☐ 21 – 25 tahun ☐ 26 – 28 tahun

Variabel *Islamic Financial Literacy* (X1)

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Saya memahami prinsip-prinsip dasar pengelolaan keuangan dalam Islam					
2	Saya memahami larangan riba, gharar dan maysir dalam transaksi keuangan					
3	Saya dapat mengambil keputusan keuangan dan memilih bertransaksi yang sesuai dengan syariat Islam (tidak ada unsur riba, gharar dan maysir)					
4	Saya mengetahui produk keuangan syariah (tidak ada unsur riba, gharar dan maysir) seperti tabungan, pembiayaan dan investasi					

Variabel *Financial Self-Efficacy* (X2)

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Saya mampu merencanakan pengeluaran bulanan dengan baik dan terstruktur					
2	Saya yakin dapat mengelola keuangan saya dengan efektif					

3	Saya percaya kondisi keuangan saya akan baik di masa depan, baik dengan pengambilan keputusan berhutang atau tidak					
4	Saya yakin mampu melunasi tagihan hutang/ cicilan <i>paylater</i> tepat waktu					

Variabel *Perceived Ease of Use* (X3)

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Saya merasa mudah mempelajari fitur penggunaan layanan <i>paylater</i> (baik panduan maupun ketentuannya)					
2	Saya dengan cepat memahami cara kerja <i>paylater</i> tanpa membutuhkan banyak bantuan					
3	Saya merasa <i>Paylater</i> mudah dioperasikan untuk membantu melakukan transaksi pembayaran					
4	Saya merasa nyaman dan terbantu dengan adanya layanan <i>paylater</i>					

Variabel *Financial Management Behavior* (Y)

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Saya membuat rencana keuangan untuk masa depan					
2	Saya mencatat dan membandingkan antara pendapatan dan pengeluaran setiap bulan					
3	Saya selalu membayar tagihan sebelum atau tepat waktu					
4	Saya rutin menyisihkan sebagian penghasilan untuk tabungan/ investasi					
5	Saya mengendalikan pengeluaran agar tidak melebihi pendapatan					
6	Saya memprioritaskan kebutuhan pokok daripada keinginan konsumtif					
7	Saya menyiapkan dana darurat untuk kebutuhan mendesak					

Variabel *Intention* (Z)

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Saya mempertimbangkan dengan matang sebelum mengambil keputusan finansial					
2	Saya berniat untuk membuat anggaran keuangan pribadi					

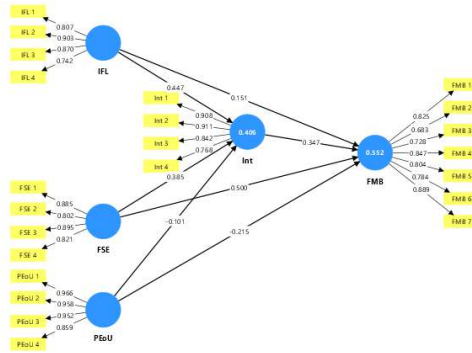
3	Saya bertekad mengurangi perilaku konsumtif					
4	Saya berniat untuk mengurangi penggunaan layanan <i>paylater</i>					

Lampiran 3 Hasil Kuisioner Penelitian

No.	IFL 1	IFL 2	IFL 3	IFL 4	FSE 1	FSE 2	FSE 3	FSE 4	PEoU 1	PEoU 2	PEoU 3	PEoU 4	FMB 1	FMB 2	FMB 3	FMB 4	FMB 5	FMB 6	FMB 7	Int 1	Int 2	Int 3	Int 4
1	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5
3	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	1	4	3	5	3	3	3	3	1	2	3	4	4	3	2	1	5	4	3	2	3	4	5
6	4	4	5	2	3	4	2	4	4	5	3	4	3	2	5	2	2	3	3	4	4	5	5
7	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5
8	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5
9	2	1	3	4	1	3	1	1	2	3	1	1	2	2	2	3	1	2	1	1	1	2	2
10	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
11	4	4	3	4	3	2	3	4	4	3	4	3	3	2	4	4	4	5	4	3	3	3	4
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
13	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	5
14	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	3	3	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5
15	2	2	2	2	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16	2	1	2	1	2	3	1	1	3	3	2	3	1	1	1	1	1	2	1	1	2	3	1
17	3	5	4	4	3	3	2	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	5	4	4	4	5	3
18	4	5	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5
22	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
24	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4
25	4	4	4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
26	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
27	4	5	5	4	3	4	3	2	1	1	1	1	3	3	5	3	4	5	3	4	4	4	5
28	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	3
29	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
30	3	4	5	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4
31	3	3	5	5	3	3	5	5	1	3	3	3	1	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5
32	4	4	4	3	3	4	5	3	4	3	3	1	4	2	5	4	5	5	5	5	4	5	5
33	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
34	4	4	4	4	3	4	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	5
35	5	5	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
36	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5
37	4	4	4	5	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3
38	4	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
39	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
40	4	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
42	4	4	4	4	5	5	4	5	3	3	3	3	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5
43	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	3	3	4	5	5
44	3	4	4	4	3	3	4	5	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4
45	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3
46	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	5
47	3	4	3	3	5	5	5	5	4	4	4	4	3	5	3	5	5	5	5	5	4	5	3
48	4	5	5	5	1	1	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	4	2	4	2	4	5
49	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4
50	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
53	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	5
54	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
55	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	3	4	3	3	4	4	4	5	4	3	5	5
56	4	4	4	4	5	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
58	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
59	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
60	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
61	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	3	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
63	4	5	5	4	5	4	4	4	4	3	3	3	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4
64	2	4	2	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
65	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4
66	3	4	5	5	3	4	4	3	2	2	2	1	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
67	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	2	4	1	5
68	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3
69	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
70	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
71	5	5	5	5	3	4	4	4	5	5	5	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4
72	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
73	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
74	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
75	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
76	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4
77	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
78	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
79	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
80	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
81	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	3	4	3							

Lampiran 4 Hasil Uji Smart-PLS 4

Model PLS SEM Hasil Bootstrapping



Hasil Uji *Outer Loadings*

	FMB	IFL	FSE	PEoU	Int	Ket.
FMB 1	0.801	0.324	0.513	0.093	0.511	Valid
FMB 3	0.739	0.367	0.518	0.2	0.53	Valid
FMB 4	0.849	0.389	0.458	0.189	0.522	Valid
FMB 5	0.813	0.356	0.545	0.239	0.471	Valid
FMB 6	0.802	0.313	0.421	-0.099	0.498	Valid
FMB 7	0.906	0.402	0.492	0.131	0.559	Valid
IFL 1	0.349	0.809	0.335	0.431	0.506	Valid
IFL 2	0.452	0.903	0.346	0.234	0.494	Valid
IFL 3	0.282	0.871	0.219	0.154	0.46	Valid
IFL 4	0.361	0.738	0.173	0.121	0.338	Valid
FSE 1	0.458	0.25	0.885	0.431	0.428	Valid
FSE 2	0.37	0.197	0.802	0.371	0.338	Valid
FSE 3	0.606	0.357	0.895	0.444	0.484	Valid
FSE 4	0.565	0.293	0.821	0.471	0.369	Valid
PEoU 1	0.196	0.312	0.517	0.967	0.234	Valid
PEoU 2	0.119	0.246	0.493	0.959	0.234	Valid
PEoU 3	0.14	0.281	0.458	0.951	0.194	Valid
PEoU 4	-0.03	0.221	0.346	0.856	0.072	Valid
Int 1	0.607	0.505	0.509	0.213	0.908	Valid
Int 2	0.621	0.51	0.46	0.269	0.912	Valid
Int 3	0.391	0.433	0.351	0.221	0.841	Valid
Int 4	0.506	0.415	0.302	0.051	0.768	Valid

Hasil Uji *Average Variance Extracted (AVE)*

	Average variance extracted (AVE)	Ket.
FMB	0.672	Valid
IFL	0.693	Valid
FSE	0.725	Valid
PEoU	0.873	Valid
Int	0.738	Valid

Hasil Uji *Fornell-Larcker*

	FMB	IFL	FSE	PEoU	Int	Ket.
FMB	0.820					Valid
IFL	0.438	0.833				Valid
FSE	0.600	0.331	0.852			Valid
PEoU	0.152	0.292	0.507	0.934		Valid
Int	0.630	0.546	0.482	0.225	0.859	Valid

Hasil Uji *Cross Loading*

	FMB	IFL	FSE	PEoU	Int	Ket.
FMB 1	0.801	0.324	0.513	0.093	0.511	Valid
FMB 3	0.739	0.367	0.518	0.2	0.53	Valid
FMB 4	0.849	0.389	0.458	0.189	0.522	Valid
FMB 5	0.813	0.356	0.545	0.239	0.471	Valid
FMB 6	0.802	0.313	0.421	-0.099	0.498	Valid
FMB 7	0.906	0.402	0.492	0.131	0.559	Valid
IFL 1	0.349	0.809	0.335	0.431	0.506	Valid
IFL 2	0.452	0.903	0.346	0.234	0.494	Valid
IFL 3	0.282	0.871	0.219	0.154	0.46	Valid
IFL 4	0.361	0.738	0.173	0.121	0.338	Valid
FSE 1	0.458	0.25	0.885	0.431	0.428	Valid
FSE 2	0.37	0.197	0.802	0.371	0.338	Valid
FSE 3	0.606	0.357	0.895	0.444	0.484	Valid
FSE 4	0.565	0.293	0.821	0.471	0.369	Valid
PEoU 1	0.196	0.312	0.517	0.967	0.234	Valid
PEoU 2	0.119	0.246	0.493	0.959	0.234	Valid
PEoU 3	0.14	0.281	0.458	0.951	0.194	Valid
PEoU 4	-0.029	0.221	0.346	0.856	0.072	Valid
Int 1	0.607	0.505	0.509	0.213	0.908	Valid
Int 2	0.621	0.51	0.46	0.269	0.912	Valid
Int 3	0.391	0.433	0.351	0.221	0.841	Valid
Int 4	0.506	0.415	0.302	0.051	0.768	Valid

Hasil Uji *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_c)	Ket.
FMB	0.901	0.925	Reliabel
IFL	0.851	0.900	Reliabel
FSE	0.875	0.913	Reliabel
PEoU	0.956	0.965	Reliabel
Int	0.881	0.918	Reliabel

Hasil Uji *R-Square* (R^2)

	R-square	R-square adjusted
FMB	0.553	0.538
Int	0.407	0.392

Hasil Uji *effect size f-square* (F^2)

	FMB	Int
IFL	0.029	0.294
FSE	0.319	0.176
PEoU	0.077	0.012
Int	0.180	

Hasil Uji *prediktor* (Q^2)

	Q^2 predict
Int	0.319
FMB	0.394

Hasil Uji *Goodness-of-Fit* (GoF)

	Average variance extracted (AVE)	R-square adjusted
FMB	0.672	0.538
IFL	0.693	
FSE	0.725	
PEoU	0.873	
Int	0.738	0.392
Average	0.740	0.465
SQRT	0.587	

Hasil Uji *path coefficient direct effect*

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values	Ket.
IFL -> FMB	0.139	0.144	0.084	1.648	0.099	Tidak Terbukti
FSE -> FMB	0.488	0.485	0.086	5.701	0.000	Terbukti
PEoU -> FMB	-0.219	-0.215	0.092	2.390	0.017	Terbukti
Int -> FMB	0.368	0.347	0.102	3.608	0.000	Terbukti
IFL -> Int	0.448	0.451	0.09	4.959	0.000	Terbukti
FSE -> Int	0.385	0.362	0.117	3.300	0.001	Terbukti
PEoU -> Int	-0.101	-0.082	0.084	1.200	0.230	Tidak Terbukti

Hasil Uji *path coefficient indirect effect*

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values	Ket.
IFL -> Int -> FMB	0.165	0.157	0.057	2.908	0.002	Terbukti
FSE -> Int -> FMB	0.142	0.126	0.056	2.532	0.006	Terbukti
PEoU -> Int -> FMB	-0.037	-0.029	0.032	1.159	0.123	Tidak Terbukti

Lampiran 5 Lembar Bebas Plagiarisme



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

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Puji Endah Purnamasari, M.M
NIP : 198710022015032004
Jabatan : UP2M

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Alfina Khoirun Nada
NIM : 220501110224
Konsentrasi : Manajemen Keuangan

Judul Skripsi : *Pengaruh Islamic Financial Literacy, Financial Self-Efficacy dan Perceived Ease of Use Terhadap Financial Management Behavior dengan Intention Sebagai Variabel Mediasi*
(Studi Pada Generasi Z Pengguna Paylater di Kabupaten Tulungagung)

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut dinyatakan **LOLOS PLAGIARISM** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
19%	15%	9%	14%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 16 Desember 2025
UP2M



Puji Endah Purnamasari, M.M

Lampiran 6 Jurnal Bimbingan



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 : 220501110224
Nama : Alfina Khoirun Nada
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Dosen Pembimbing : Nora Ria Retnasih, M.E
Judul Skripsi : Pengaruh *Islamic Financial Literacy*, *Financial Self-Efficacy*, dan *Perceived Ease of Use* Terhadap *Financial Management Behavior* dengan *Intention* Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Generasi Z Pengguna Paylater di Kabupaten Tulungagung)

JURNAL BIMBINGAN :

No	Tanggal	Deskripsi	Tahun Akademik	Status
1	17 September 2025	Bimbingan Outline Skripsi	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
2	29 September 2025	Bimbingan Bab 1,2,3	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
3	2 Oktober 2025	Revisi Bab 1,2,3	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
4	4 Oktober 2025	Revisi Bab I	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
5	5 Oktober 2025	Bimbingan BAB 1,2,3 & PPT Sempro	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
6	4 November 2025	Konsultasi Hasil Olah Data	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
7	11 November 2025	Bimbingan Jurnal	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
8	10 Desember 2025	Bimbingan Bab IV dan V	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
9	11 Desember 2025	Revisi Bab IV dan V	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi

Malang, 11 Desember 2025

Dosen Pembimbing



Nora Ria Retnasih, M.E