

PERSPEKTIF GEN Z DAN MILLENNIAL DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PENGGUNAAN PAYLATER OVO FINANSIAL

Andi Hidayat¹, Apriyanti Putri Wulandari², Rini Wulandari³, Toni Saputra⁴

^{1,2,3,4} STIE Amkop Makassar
Email: yayatdesta@gmail.com

Abstract: *This study aims to explore the perspective of Gen z and Millennials in making decisions on the use of ovo paylater. In today's rapidly evolving digital era, installment-based payment services such as ovo paylater have become one of the popular choices among Gen z and Millennials. The object of this research is in Makassar City with the research subjects being Generation Z and Millennials, with a sample of 100 respondents. This study uses a quantitative approach by filling out a questionnaire to collect data from respondents from two generation groups with a data analysis technique using sample test analysis paired with JASP 0.3.1 software application. The findings of this study show that there is an insignificant difference between Gen Z and Millennials in making decisions to use ovo paylater in Makassar City.*

Keywords: *Gen Z; Millennials; OVO Paylater; Decision Making*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi perspektif Gen z dan Milenial dalam pengambilan keputusan penggunaan ovo paylater. Di era digital yang berkembang pesat saat ini, layanan pembayaran berbasis cicilan seperti ovo paylater telah menjadi salah satu pilihan populer di kalangan Gen z dan Milenial. Objek penelitian ini berada di Kota Makassar dengan subjek penelitian adalah Generasi Z dan Milenial, dengan sampel 100 responden. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan mengisi kuesioner untuk mengumpulkan data dari responden dari dua kelompok generasi dengan teknik analisis data menggunakan analisis uji sampel yang dipasangkan dengan aplikasi software JASP 0.3.1. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yg tidak signifikan terhadap Gen Z dan Milenial dalam mengambil keputusan penggunaan ovo paylater di Kota Makassar.

Kata Kunci: Gen Z; Millennial; OVO Paylater; Pengambilan Keputusan

1. LATAR BELAKANG

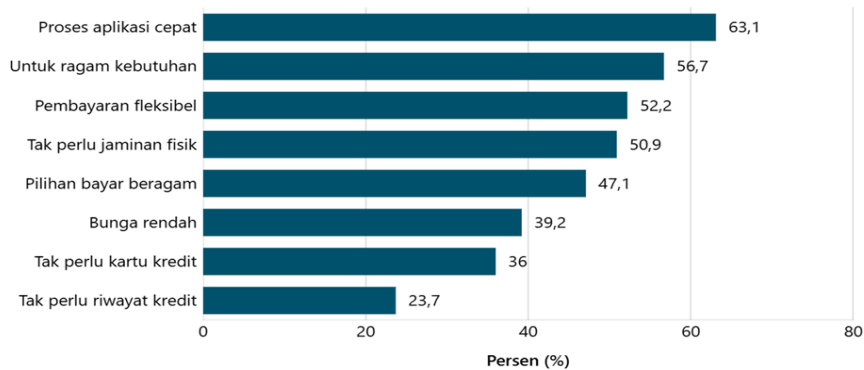
Peranan teknologi tidak dapat dipungkiri keberadaan yang semakin pesat saat ini, bahkan lebih mudah dan terjangkau, Satu dari banyaknya teknologi yang sedang berkembang pesat sekarang adalah financial technology (fintech) (Retno Anjaswuri

Erista, 2024). Fintech merupakan aplikasi pembayaran digital seperti e-wallet, layanan pinjaman online, investasi digital, dan blockchain, contohnya fintech yaitu seperti OVO, GoPay, Shopeepay, Kredivo dan platform pinjaman online lainnya. (Kholizah & Sulton, 2025) Pembiayaan konsumtif menjadi bagian integral dari ekonomi yang lebih modern, dan dalam konteks ini, sistem pembayaran cicilan menjadi fenomena yang semakin mendominasi, khususnya melalui metode dengan istilah Beli Sekarang, Bayar Nanti (BNPL) (Pamungkas, 2024)

Pinjaman online dengan metode pembayaran seperti kartu kredit secara online adalah paylater, yang di mana perusahaan aplikasi terlebih dahulu membayar tagihan pengguna ke merchant, kemudian membayar tagihan ke perusahaan aplikasi (Amri et al., 2023). Platform paylater bagian dari layanan digital yang mempermudah transaksi bagi masyarakat, kualitas layanan yang diberikan oleh penyedia transaksi paylater dapat memengaruhi keputusan pembelian masyarakat melalui e-commerce. (Waluyo et al., 2022) Salah satu aplikasi yang mendukung paylater tersebut adalah OVO, banyaknya faktor yang mempengaruhi perkembangan penggunaan teknologi pembayaran paylater dalam hal ini, sistem menyebabkan sulitnya untuk mengukur tingkat penerimaan teknologi yang ada (Mooduto & Mariam, 2020). Platform digital payment OVO dalam hal ini berperan merubah perilaku konsumen sampai saat ini yang dimana pola perilaku konsumen dalam hal transaksi pembayaran berubah dari tunai menjadi non-tunai dan dari manual menjadi digital dan tidak terbatas oleh jarak, tempat, maupun waktu. (Rizkiyah et al., 2021)

Kemudahan dan manfaat yang ditawarkan oleh layanan Paylater dapat memberikan kepercayaan yang tinggi dalam menggunakannya, sehingga tiap orang tertarik untuk menggunakan layanan Paylater terutama di kalangan Generasi Z dan milenial, menjadi salah satu target kemajuan pasar teknologi Paylater dikarenakan berdasarkan data statistik fintech lending OJK periode 2021 pengguna out-standing pinjaman online mengalami kenaikan pada usia 19-24 tahun adalah Generasi Z, dan usia 25-39 tahun adalah milenial. (Pokhrel, 2024) . Hal ini terlihat ada grafik di bawah ini yang menunjukkan bahwa proporsi penggunaan dari paylater baik gen-z maupun milenial dari sebagai berikut:

Gambar 1.
Proporsi Manfaat Paylater Menurut Gen Z dan Millennial



Sumber : databoks.com, 2023

Grafik di atas menjelaskan bahwa preferensi penggunaan hutang berbasis teknologi terlihat preferensi yang besar adalah paylater, yang dimana penggunaan hutang (kredit) dengan sistem teknologi keuangan ini terlihat dengan harapan bahwa adanya pembayaran yang fleksibel, sejumlah manfaat yang menjadi alasan Gen Z dan Milenial menggunakan paylater, yaitu dari segi sisi kenyamanan, keamanan, mudah dan cepat bagi Gen Z dan Milenial. Dalam pinjaman online terdapat hal-hal yang tidak memerlukan agunan dan jaminan tetapi tetap aman bahkan minim risiko, proses peminjaman online yang ini ditawarkan begitu mudah dalam pengajuannya (Wijayanti, 2022). Selain itu proses pencairan pinjaman online dan proses pengembalian dengan sistem cicilan dengan cara yaitu melalui transfer melalui ATM atau bank sehingga tidak memakan yang waktu lama, dengan kemudahan dan efisiensi ini diharapkan menjadi solusi keuangan masyarakat (Supriyanto & Ismawati, 2019).

Paylater adalah sebuah metode pinjaman secara online, yang dilakukan tanpa adanya kartu kredit dan konsumen dapat membayarnya dengan mencicil sampai waktu pembayaran yang telah ditetapkan. (Fajrussalam et al., 2022) Awal e-commerce menyediakan layanan Paylater yaitu pada e-commerce Grab, perusahaan fintech PT. Dana Pasar Pinjaman untuk bekerja sama dengan layanan Paylater ada beberapa layanan Paylater contohnya seperti Gojek, Ovo sudah terlibat dan menjalin hubungan kerja sama dengan e-commerce contohnya seperti Tokopedia. (Hardika & Huda, 2021) paylater dianggap membantu untuk mengalokasikan dan mencatat pengeluaran keuangan, penggunaan paylater juga sangat memudahkan konsumen dalam

melakukan pembelian dan pembayaran secara online dengan jangka waktu yang dipilih oleh konsumen untuk membayar tagihannya melalui transfer ATM, M-Banking atau bayar melalui minimarket (Herlina et al., 2023)

Generasi muda atau yang biasa disebut juga sebagai generasi Z adalah kelompok individu yang lahir antara tahun 1997 - 2010, generasi ini sudah terpapar dengan hubungan yang namanya digital (Alimuddin & Poddala, 2023). Saat ini gaya hidup gen-Z banyak mengikuti tren terbaru dari media sosial, gen-Z kelompok masyarakat yang memiliki jumlah paling tinggi di Indonesia adalah gen z menunjukkan bahwa gen-Z memiliki pengaruh kondisi perekonomian Indonesia, terutama ketika memasuki dunia kerja dan melakukan pengelolaan keuangan secara mandiri, Selain itu tingginya jumlah penduduk gen-Z dapat menjadi peluang untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi Indonesia (Pratama et al., 2023), Sedangkan Milenial adalah generasi yang lahir antara tahun 1980 – 1996 atau disebut juga dengan generasi Y (Gen-Y) yang aktif di media sosial dan digital masa kini, generasi milenial juga saat ini sangat mempengaruhi kehidupan dimasa yang akan datang, oleh karena itu mereka perlu memiliki pengetahuan dan ketrampilan dalam mengelola sumber daya keuangan yang dimilikinya, keputusan jangka pendek seperti tabungan dan pinjaman, jangka panjang seperti investasi, perencanaan pensiun dan perencanaan pendidikan anak adalah hal-hal yang perlu untuk dipersiapkan matang mulai dari sekarang (Sufyati HS & Alvi Lestari, 2022)

Perspektif penggunaan paylater dalam penelitian ini diukur dengan melihat bagaimana kemampuan baik gen-z dan milenial dalam hal literasi keuangan adalah pengetahuan, kemampuan, keterampilan dan juga pemahaman seseorang tentang bagaimana cara mengelola keuangan yang baik dan bijak (Arganata & Lutfi, 2019) Literasi keuangan dapat disebut fundamental yang penting untuk mengambil keputusan keuangan. Pengetahuan keuangan juga memiliki dampak yang sangat besar, baik untuk keuntungan pribadi maupun untuk kepentingan perusahaan (Fajrina et al., 2022). Menurut (Iramani & Lutfi, 2021), terdapat indikator mengenai Pengetahuan dasar keuangan, Pengetahuan terkait Tabungan, Pengetahuan terkait kredit, Pengetahuan terkait asuransi, dan Pengetahuan terkait investasi.

Selain pengamatan akan literasi keuangan, penelitian ini juga ingin mengetahui perspektif dari sisi sikap keuangan (Andansari:2018) diartikan sebagai psikologi seseorang yang berhubungan dengan masalah pribadi. Sikap keuangan seperti terbuka terhadap informasi, menilai pentingnya mengelola keuangan, tidak impulsif dalam konsumsi, orientasi masa depan, dan tanggung jawab. Menurut (Salam, 2021), terdapat indikator-indikator sikap keuangan dari jurnal yang digunakan adalah sebagai berikut; Orientasi terhadap keuangan pribadi, Keamanan dana atau uang dan Generasi z dan milenial keuangan pribadi. Dan perspektif terkait dengan Toleransi Risiko merupakan tingkat kemampuan untuk menerima suatu risiko (Ameliawati & Setiyani, 2018). Toleransi risiko keuangan juga merupakan kesediaan seseorang untuk terlibat dalam perilaku keuangan (Grable, 2015).

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Generasi Z dan Generasi Millennial

Generasi Millennial (lahir 1981–1996) dan Generasi Z (lahir 1997–2012) menunjukkan perbedaan mendasar dalam adaptasi teknologi, nilai hidup, dan perilaku sosial. Millennial, yang tumbuh selama transisi analog ke digital, cenderung idealis dengan fokus pada work-life balance, keberagaman, dan kolaborasi. Mereka mengadopsi media sosial seperti Facebook sebagai remaja/dewasa awal dan menghadapi tantangan ekonomi pasca-krisis 2008. Sementara Generasi Z, sebagai digital natives, lebih pragmatis dan mahir menggunakan platform visual (TikTok, Instagram Reels) untuk berinteraksi. Gen Z mengutamakan stabilitas finansial, transparansi di dunia kerja, serta responsif terhadap isu global seperti perubahan iklim. Dalam pekerjaan, Millennial cenderung loyal pada perusahaan yang selaras dengan nilai mereka, sedangkan Gen Z lebih mandiri, memilih gig economy atau kewirausahaan.

Perbedaan juga terlihat dalam pendidikan dan konsumsi. Millennial mengandalkan pendidikan formal meski kritis terhadap biayanya, sementara Gen Z memprioritaskan pembelajaran mandiri melalui *platform online* dan *micro-credentials*. Sebagai konsumen, Millennial dipengaruhi merek berkelanjutan dan ulasan digital, sedangkan Gen Z lebih tertarik pada pengalaman (*experiential*

spending) dan konten buatan pengguna (*user-generated content*). Secara psikologis, Gen Z lebih sadar kesehatan mental dan individualis, sementara Millennial cenderung kolaboratif meski terbebani tekanan ekonomi. Kedua generasi ini merefleksikan dinamika sosio-teknologis zamannya, di mana Gen Z menuntut autentisitas dan adaptasi cepat, sementara Millennial menjembatani tradisi analog dengan inovasi digital.

2.2 Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan (*decision-making*) merupakan proses kognitif kompleks untuk memilih tindakan dari beberapa alternatif guna mencapai tujuan tertentu. Herbert A. Simon (1977), peraih Nobel Ekonomi, mendefinisikannya sebagai "proses memilih suatu tindakan dari serangkaian alternatif yang tersedia, berdasarkan pertimbangan rasional untuk memaksimalkan nilai atau mencapai tujuan yang diinginkan". Simon menekankan konsep *bounded rationality*, di mana keputusan manusia dibatasi oleh informasi yang tidak lengkap, waktu, dan kapasitas kognitif.

Sementara itu, Peter F. Drucker (1967) menekankan aspek manajerial dengan menyatakan bahwa "keputusan yang efektif adalah tindakan yang berorientasi pada masa depan, bukan reaksi terhadap masalah masa lalu". Ia menyarankan pendekatan sistematis dengan mengidentifikasi tujuan, mengumpulkan data, dan mengevaluasi konsekuensi jangka panjang. Dalam konteks psikologi sosial, Gary Klein (2008) mengembangkan teori *Naturalistic Decision-Making* (NDM), yang berargumen bahwa keputusan sering diambil dalam kondisi dinamis, tekanan waktu, dan ketidakpastian, sehingga bergantung pada pengalaman dan intuisi praktisi (mis: keputusan darurat oleh petugas pemadam kebakaran).

2.3 Paylater

Paylater atau *Buy Now, Pay Later* (BNPL) merupakan layanan pembiayaan konsumen berbasis digital yang memungkinkan pembeli membayar produk/jasa secara mencicil dalam jangka pendek, biasanya tanpa bunga jika dilunasi tepat waktu. Menurut Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2021), Paylater didefinisikan sebagai "skema kredit mikro yang memfasilitasi pembelian barang dengan pembayaran tertunda, umumnya melalui kemitraan antara penyedia layanan dan merchant online/offline". Skema ini menargetkan konsumen yang

mengutamakan fleksibilitas pembayaran tanpa prosedur kredit konvensional yang rumit.

Australian Securities and Investments Commission (ASIC) (2022) menekankan aspek regulasi dengan menyatakan Paylater sebagai "produk pembiayaan konsumen yang menawarkan struktur pembayaran tertunda (deferred payment) atau cicilan tanpa bunga, dengan risiko keterlambatan pembayaran yang diatur melalui denda atau pembekuan layanan". Sementara itu, Kaur et al. (2021) dalam *studi Journal of Consumer Affairs* mendefinisikannya dari perspektif perilaku konsumen: "BNPL adalah alat finansial yang memanfaatkan psikologi instant gratification untuk mendorong pembelian impulsif, terutama di kalangan generasi muda, dengan mengurangi persepsi risiko melalui cicilan kecil".

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah komparatif dengan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian komparatif adalah suatu penelitian yang bersifat membandingkan suatu variabel atau lebih dari suatu variabel atau beberapa variabel, pada dua sampel atau lebih sampel yang berbeda (Sugiyono, 20120) uji beda ini dapat dilakukan dengan pendekatan pengumpulan data penelitian menggunakan kuisioner dan wawancara pada responden, di mana objek/subjek penelitian ini berada di kota makassar terutama di kalangan gen z dan milenial. Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 responden dengan kriteria menggunakan pengguna ovo paylater di kalangan gen z dan milenial. Analisis data untuk menguji hipotensi penelitian dengan menggunakan bantuan software JASP 0.3.1 (Hidayat, 2021)

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. HASIL

4.1.1 Uji Validitas

Tabel 1.
Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	Standard Valid	Keterangan
Sikap Keuangan	SK.1	841	30	Valid

Variabel	Item Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	Standard Valid	Keterangan
Layanan Paylater	SK.2	855	30	Valid
	SK.3	910	30	Valid
	SK.4	825	30	Valid
	SK.5	907	30	Valid
	LP1	843	30	Valid
	LP2	916	30	Valid
	LP3	918	30	Valid
	LP4	890	30	Valid
	LP5	854	30	Valid

Sumber: data diolah, 2025

Temuan dalam pengujian akan tingkat validitas data pada penelitian ini, adalah untuk mengetahui bagaimana data yang dimiliki memiliki makna valid, berdasarkan dari sisi perbandingan data validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan terkait dengan sikap keuangan dan layanan paylater bermakna valid, hal ini dikarenakan seluruh temuan data item pernyataan lebih besar dari standar data 0.30 tingkat validitas.

4.1.2 Uji Reliabilitas

Tabel 2.
Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Sikap Keuangan	0,951	Reliabel
Layanan Paylater	0,958	Reliabel

Sumber: data diolah, 2025

Temuan pengujian data terkait dengan reliabilitas data, dimaksudkan untuk mengukur tingkat kepercayaan atau keandalan suatu data yang didapatkan, dimana temuan data menunjukkan bahwa baik variabel sikap keuangan dan pelayanan paylater bermakna reliabel, dengan kata lain bahwa kedua variabel memiliki kepercayaan atas data.

4.1.3 Uji Normalitas

Tabel 3.
Test of Normality

Test of Normality (Shapiro-Wilk)		
Residuals	W	p
Perspektive	0.771	0.111

Note. Significant results suggest a deviation from normality.

Sumber: data diolah, 2025

Dari analisis yang telah dilakukan, menunjukkan hasil Uji Shapiro-Wilk bahwa kedua kelompok memiliki data yang terdistribusi normal. Hal ini terjadi karena value untuk masing-masing kategori adalah $> 0,05$. Oleh karenanya berdasarkan uji ini dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas pada data ini tidak dilanggar.

4.1.4 Uji Homogenitas

Tabel 4.
Test of Equality of Variance

Test of Equality of Variances (Brown-Forsythe)

	F	df ₁	df ₂	p
Perspektive	0.487	1	198	0.486

Sumber: data diolah, 2025

Dari analisis yang telah dilakukan, menunjukkan hasil Uji Levene tidak ada perbedaan dalam varians. Hal ini dapat diketahui karena p-value untuk uji ini adalah $> 0,05$ dengan Levene statistic sebesar 0.487. Oleh karenanya berdasarkan uji ini dapat disimpulkan bahwa asumsi homogenitas varians tidak dilanggar.

4.1.5 Uji Beda Rata-Rata

Tabel 5.
Independent Samples T-test

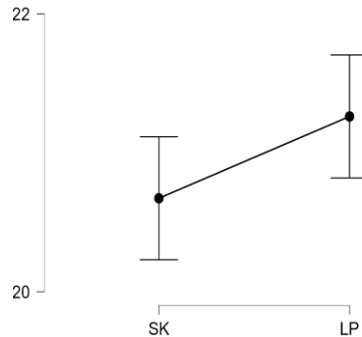
	Test	Statistic	df	p
Perspektive	Student	0.743	198.000	0.229
	Welch	0.743	196.770	0.229
	Mann-Whitney	5345.500		0.184

Note. For all tests, the alternative hypothesis specifies that group *Layanan Paylater* is greater than group *Sikap Keuangan*.

Sumber: data diolah, 2025

Dari analisis yang telah dilakukan, diperoleh hasil perhitungan dua statistic (*ovo paylater*) yang menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan statistic yang signifikan. Hasil ini juga dapat melalui gambar descriptive plots yang tersaji sebagai berikut:

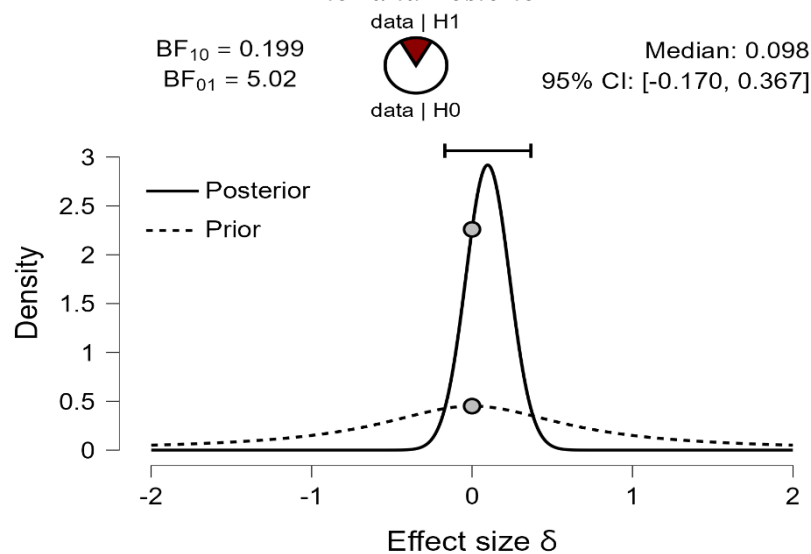
Gambar 1.
Descriptive Plots



Sumber: data diolah, 2025

Dari data deskriptif terlihat bahwa baik laki-laki dan perempuan tidak memiliki perbedaan dalam hal financial literacy yang mereka miliki.

Gambar 2.
Prior and Posterior



Sumber: data diolah, 2025

4.2. PEMBAHASAN

Perspektif Penggunaan OVO Paylater

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa perspektif analisis penggunaan teknologi keuangan berdasarkan pada sikap keuangan dan layanan paylater pada ovo paylater di generasi Z dan milenial menunjukkan arah yang tidak signifikan, dalam artian bahwa gen-z dalam menggunakan aplikasi teknologi keuangan lebih condong pada penggunaan karena adanya tawaranan paylater yang lebih dominan memberikan dorongan penggunaan tekonologi keuangan, sehingga dengan tawaran tersebut adanya

perubahan kebutuhan akan keuangan atau sikap keuangan yang berlebih dengan sistem utang yang ditawarkan pada aplikasi condong di terima oleh kalangan Gen-Z dan milenial dengan alasan memberikan meraka kemudahan dalam kebutuhan akan uang untuk memenuhi sikap konsumtif dalam berbelanja. Temuan penelitian ini didukung dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Rodríguez, Velastequí, 2019) adapun temuan penelitian yang berbeda yang disampaikan oleh (Canestren & Saputri, 2020).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis penelitian ini yang telah dilakukan, menyimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang tidak signifikan antara gen z dan milenial dalam pengambilan keputusan penggunaan ovo paylater. penelitian ini gen Z lebih cenderung banyak menggunakan ovo paylater di karenakan gen z mementingkan kemudahan akses dan inovasi digital, dan fleksibilitas biaya, Sedangkan milenial lebih mengutamakan keamanan dan kepercayaan layanan ovo paylater. temuan ini memberikan karakteristik masing-masing generasi adanya perbedaan penggunaan ovo paylater dalam pengambilan keputusan.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Abas, F., & Damayanti, D. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan. *Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis & Akuntansi (EMBA)*, 2(02), 141–151. <https://doi.org/10.34152/emba.v2i02.813>
- Alimuddin, M., & Poddala, P. (2023). Prospek Digital Marketing Untuk Generasi Muda Dalam Berwirausaha. *Journal of Career Development*, 1(1), 54–70.
- Amri, A. D., Fattahillah, A. Al, Amanda, C., Putri, H. T. M., Adila, N., & Alkautsar, P. S. (2023). Pengaruh Penggunaan Paylater terhadap Sikap Konsumtif Mahasiswa Universitas Jambi dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(1), 227. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i1.3168>
- Arganata, T., & Lutfi, L. (2019). Pengaruh niat berperilaku, kecerdasan spiritual dan literasi keuangan terhadap pengelolaan keuangan keluarga. *Journal of Business and Banking*, 9(1), 142. <https://doi.org/10.14414/jbb.v9i1.1555>
- Canestren & Saputri. (2020). 14958-Article Text-29272-1-10-20210728. 1.
- Fajrina, Z., Loan, F. M., & Purba, Y. E. (2022). Studi Pengelolaan Keuangan Individu Yang Dimoderasi Oleh Toleransi Risiko Keuangan Pada Karyawan di Jabodetabek. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam*

- Ratulangi (Jmbi Unsrat), 9(2), 574–592.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jmbi/article/view/43271/38025>
- Fajrussalam, H., Ihsanudin, Luthfi, T., Sallsabila, I., & Puspita Sari, R. (2022). Persepsi Masyarakat Terhadap PayLater Dalam Online Shopping. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 8886–8893.
<https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/3787>
- Hardika, R. E. B., & Huda, A. M. (2021). Pengalaman Pengguna Paylater Mahasiswa Di Surabaya. *Commercium*, 4, 19–32.
- Herlina, Widyaningrum, D., & Theotista, G. (2023). Tipologi Financial Technology Paylater: Model Penerimaan Teknologi (TAM). *Formosa Journal of Multidisciplinary Research (FJMR)*, 2(1), 207–216.
- Hidayat, A. (2021). Analisis Perbedaan Financial Literacy berdasarkan Perspektif Gender (Studi Kasus pada Nasabah PT. Bank BNI Persero Tbk. Cabang Parepare). *YUME: Journal of Management*, 4(3), 541–550.
<https://doi.org/10.37531/yume.vxiv.454>
- Kholizah, A. N., & Sulton, M. (2025). YUME : Journal of Management Pengaruh Gaya Hidup , Persepsi Kemudahan Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Pay Latter Pada Gen Z. 8(1), 127–137.
- Mooduto, W. P. A., & Mariam, I. (2020). Penerimaan dan Penggunaan OVO Paylater dengan Menggunakan Model UTAUT. *Jurnal Administrasi Profesional*, 1(02), 8–15. <https://doi.org/10.32722/jap.v1i02.3659>
- Pamungkas, D. B. (2024). Dinamika Hukum Perdata dalam Pembayaran Cicilan Dengan Tinjauan Terhadap Sistem Beli Sekarang, Bayar Nanti (Pay Later). *Ethics and Law Journal: Business and Notary*, 1(3), 338–355.
<https://doi.org/10.61292/eljbn.82>
- Pokhrel, S. (2024). No TitleEΛENH. *Αγαν*, 15(1), 37–48.
- Pratama, W., Amalia, S., & Purwanti, A. (2023). Sosialisasi Literasi Perencanaan Keuangan dan Investasi Bagi Petani Milenial Gen Z di Kebumen. *Jurnal Pengabdian West Science*, 2(8), 726–733. <https://wnj.westscience-press.com/index.php/jpws/article/view/607>
- Retno Anjaswuri Erista, M. (2024). Pengaruh Lingkungan Sosial Dan Kebutuhan Terhadap Minat penggunaan paylater. *Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1), 11–21.
- Rizkiyah, K., Nurmayanti, L., Macdhy, R. D. N., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumen Pengguna Platform Digital Payment OVO. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 16(1), 107–126.
- Sufyati HS, & Alvi Lestari. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(5), 2415–2430.
<https://doi.org/10.55927/mudima.v2i5.396>
- Supantiningrum, R. (2025). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan : Perspektif Kebijakan Dividen , Kepemilikan Manajerial , dan Ukuran Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Consumer Non-Cyclicals yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2023).

- Supriyanto, E., & Ismawati, N. (2019). Sistem Informasi Fintech Pinjaman Online Berbasis Web. *Jurnal Sistem Informasi, Teknologi Informasi Dan Komputer*, 9(2), 100–107.
- Tauhid, K., Sutisna, D., Ningrum, S. A., Anwar, S., Akuntansi, P., Ekonomi, F., Universitas, B., & Bogor, D. (2024). Pemahaman Terhadap Grand Theory. 3(Di), 4802–4821.
- Waluyo, Nurohman, Y. A., & Qurniawati, R. S. (2022). Buy Now, Pay Later: Apakah Paylater Mempengaruhi Pembelian Impulsif Generasi Muda Muslim? *Among Makarti*, 15(3), 319.
- Wijayanti, S. (2022). Dampak Aplikasi Pinjaman Online Terhadap Kebutuhan Dan Gaya Hidup Konsumtif Buruh Pabrik. *MIZANIA: Jurnal Ekonomi Dan Akuntansi*, 2(2), 230–235. <https://doi.org/10.47776/mizania.v2i2.592>