

## Pengaruh Layanan Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Muda di Indonesia

Fina Yuliana<sup>1</sup>, Fauzia Amalia<sup>2</sup>, Ovi Ariyanti<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Sekolah Tinggi Agama Islam Tanbihul Ghofilin Banjarnegara, Indonesia

Korespondensi: [finayuliana027@gmail.com](mailto:finayuliana027@gmail.com)

---

### Informasi Artikel

#### Riwayat artikel:

Diterima Aug 06<sup>th</sup>, 2025

Direvisi Aug 11<sup>th</sup>, 2025

Diterima Aug 13<sup>th</sup>, 2025

---

#### Kata kunci:

*Paylater*, Perilaku Konsumtif, Literasi Keuangan, *Self-Control*, Kredit Digital.

---

### ABSTRAK

Perkembangan teknologi finansial (*financial technology*) telah memunculkan berbagai inovasi dalam sistem pembayaran, salah satunya layanan *paylater* yang menawarkan kemudahan transaksi dengan penundaan pembayaran. Fenomena ini mendorong perubahan pola konsumsi masyarakat, khususnya generasi muda, yang rentan terhadap perilaku konsumtif. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh penggunaan *paylater* terhadap gaya hidup konsumtif, dengan mempertimbangkan peran literasi keuangan dan pengendalian diri (*self-control*) sebagai faktor mitigasi. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif melalui penyebaran kuesioner terbuka kepada 200 responden yang dipilih secara purposif berdasarkan kriteria relevansi penggunaan *paylater*. Data dianalisis dengan mengidentifikasi tema, pola perilaku, serta persepsi responden, yang kemudian diinterpretasikan berdasarkan kerangka teori. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden menggunakan *paylater* untuk pembelian non-esensial, terutama produk fesyen dan aksesoris, dipicu oleh tren media sosial, promosi, serta kemudahan akses kredit instan. Temuan ini mengindikasikan bahwa *paylater* berkontribusi pada peningkatan konsumsi yang bersifat hedonis dan impulsif, serta berpotensi menimbulkan risiko finansial jangka panjang. Studi ini merekomendasikan peningkatan literasi keuangan dan penguatan *self-control* sebagai strategi untuk meminimalkan dampak negatif penggunaan *paylater*.



© 2025 Para Penulis. Diterbitkan oleh Riset Anak Bangsa. Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC BY (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

---

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi finansial (*fintech*) telah membawa inovasi signifikan dalam sistem pembayaran dan kredit, salah satunya adalah layanan *paylater*. *Paylater* adalah jenis pembiayaan jangka pendek yang memungkinkan pelanggan melakukan pembelian dan pembayarannya kemudian hari (Heti Nur Aini, 2023). Layanan *paylater* saat ini semakin populer di kalangan masyarakat, khususnya di kalangan generasi millennial. Fenomena ini mencerminkan perubahan preferensi konsumen terhadap metode pembayaran yang lebih fleksibel dan praktis. Salah satu penyedia jasa *paylater* yang terkenal adalah *shopee*, yang merupakan *platform e-commerce* yang dapat diakses oleh semua orang melalui ponsel mereka.

Kemajuan teknologi, khususnya kemunculan metode pembayaran elektronik atau non-tunai memberikan pengaruh signifikan terhadap peningkatan konsumenisme dalam masyarakat. Sistem pembayaran non-tunai memudahkan transaksi sehingga konsumen lebih cenderung melakukan pembelian secara impulsif tanpa perencanaan sebelumnya. Hal ini terjadi karena pembayaran digital memungkinkan transaksi berlangsung lebih cepat, efisien, dan nyaman, sehingga pembelian impulsif menjadi lebih sulit dihindari dibandingkan dengan penggunaan tunai (Risma Febriyanti, 2023).

Layanan *paylater* menunjukkan pertumbuhan yang signifikan di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat bahwa pada Januari 2025, total *outstanding* pinjaman *paylater* disektor perbankan mencapai 22,57 triliun, meningkat 46,45% secara tahunan (*year-on-year*). Jumlah pengguna juga menunjukkan tren kenaikan dengan 24,44 juta rekening tercatat pada periode yang sama (Abigail, 2025). Pertumbuhan ini didorong oleh meningkatnya adopsi teknologi digital serta integrasi layanan *paylater* ke dalam *platform e-commerce* dan dompet digital yang semakin memudahkan akses masyarakat terhadap fasilitas kredit instan.

Semakin intensif penggunaan layanan *paylater* di kalangan generasi milenial, semakin besar pula kemungkinan mereka untuk menunjukkan perilaku konsumtif. Menurut Suyasa & Fransisca dalam Lestarina dkk (2017) mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai tindakan membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan, tetapi untuk memenuhi keinginan yang dilakukan secara berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan dan in-efisiensi biaya. Perilaku konsumtif dilakukan hanya untuk mencapai kepuasan maksimal dan meningkatkan gengsi demi memperlihatkan status sosial. Kondisi ini menimbulkan kekhawatiran terkait pengelolaan keuangan pribadi yang kurang bijak. Salah satu upaya untuk mengatasi perilaku konsumtif ini adalah dengan memperkuat pemahaman tentang literasi keuangan pada kelompok milenial. Individu dengan literasi keuangan yang baik cenderung lebih mampu mengelola keuangan secara bijak serta menyesuaikan pengeluaran terhadap kebutuhan dan kemampuan finansial mereka. Menurut kerangka kerja dari Organisasi for Economic Cooperation and Development (OECD, 2016), terdapat tiga komponen utama yang digunakan untuk mengevaluasi literasi keuangan, yaitu: 1). Pengetahuan, 2). Perilaku, 3). Sikap. Ketiga komponen ini menjadi landasan dalam mengevaluasi sejauh mana seseorang memiliki pemahaman yang memadai dalam mengambil keputusan keuangan secara rasional dan bertanggung jawab.

Literasi keuangan merupakan aspek yang sangat penting bagi generasi milenial yang tumbuh dalam budaya konsumsi berbasis utang dan dikelilingi oleh gaya hidup mewah serta kemudahan akses terhadap kredit secara online. Selain itu, faktor yang dapat memengaruhi pola konsumsi individu adalah gaya hidup. Dalam era modern dan dinamis saat ini, kebutuhan akan gaya hidup seringkali menjadi prioritas utama bagi individu. Gaya hidup dapat didefinisikan sebagai karakteristik yang mencerminkan cara hidup seseorang yang terlihat melalui aktivitas, minat, dan pandangan mereka dalam berinteraksi dengan lingkungan sosial. Pada fase akhir masa remaja, generasi milenial cenderung menunjukkan rasa ingin tahu yang tinggi serta terpengaruh oleh tren dan tekanan sosial yang berpotensi menyebabkan pola konsumsi mereka menjadi berlebihan.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami secara mendalam pengaruh *paylater* terhadap gaya hidup konsumtif dari sudut pandang pengguna. Data primer diperoleh melalui kuesioner kualitatif yang disebarkan kepada 200 responden terpilih berdasarkan kriteria relevan dengan penggunaan *paylater*. Kuesioner menggali alasan penggunaan, jenis barang yang sering dibeli, frekuensi penggunaan, serta persepsi responden terhadap dampak *paylater* pada pola konsumsi dan kondisi finansial mereka. Hasil menunjukkan bahwa 63,6% responden menggunakan *paylater* satu hingga dua kali dalam satu bulan, 81,8% sering membeli produk fashion dan aksesoris, serta 81,8% mengaku membeli barang yang tidak mendesak hanya untuk mengikuti gaya hidup konsumtif. Data dianalisis secara deskriptif dengan mengidentifikasi tema utama, pola perilaku, dan narasi personal, kemudian diinterpretasikan dan dikaitkan dengan tinjauan pustaka untuk memahami persepsi dan motivasi pengguna *paylater* dalam konteks konsumtif.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kuesioner deskriptif memberikan gambaran jelas mengenai pola penggunaan *paylater* di kalangan responden dan kaitannya dengan perilaku konsumtif.

| Kategori                 | Detail  | Persentase Responden |
|--------------------------|---|----------------------|
| Frekuensi Penggunaan     | 1-2 kali dalam 2 bulan terakhir               | 63,6%                |
| Jenis Pembelian Utama    | Fashion dan Aksesoris                         | 81,8%                |
| Sifat Barang yang Dibeli | Non-esensial, dorongan gaya hidup semata-mata | 81,8%                |

## **Faktor-Faktor Penyebab Meningkatnya Konsumsi Akibat Penggunaan *Paylater***

Tingginya Tingkat konsumsi di kalangan pengguna *paylater* didorong oleh beberapa faktor :

### **1. Gaya Hidup Dan Kebutuhan *Self-Presentation* Di Era Digital**

Faktor gaya hidup dan kebutuhan akan *self-presentation* di era digital sangat memperkuat dorongan konsumtif, terutama melalui penggunaan *paylater*. Mereka cenderung membeli barang-barang yang tidak bersifat esensial karena tekanan dari media sosial, tren fashion yang berkembang, serta kebutuhan psikologis tertentu. Selain itu, gaya hidup yang cenderung mengikuti tren dan kebutuhan untuk tampil eksis di dunia digital membuat konsumen semakin terdorong untuk memanfaatkan *paylater* dalam memenuhi keinginan atas produk fashion dan aksesoris sebagai simbol status sosial (Ni Putu Novi Anggraeni, 2023). Faktor seperti diskon dan promosi belanja (misalnya potongan harga, cashback) juga semakin memperkuat dorongan konsumtif ini.

### **2. Kemudahan Akses Dan Kredit Instan**

Kemudahan akses dan kredit instan merupakan daya tarik utama layanan *paylater*. Proses pendaftarannya yang sederhana serta ketersediaan kredit tanpa syarat yang rumit membuat pengguna dapat langsung melakukan pembelian tanpa hambatan berarti. Studi dari Universitas Indonesia menunjukkan bahwa mayoritas pengguna memilih *paylater* karena fleksibilitas dalam skema cicilan (56%) dan kemudahan memperoleh kredit (55%) (Prita Hapsari Ghosie, 2025). Dwipa & Yuniningsih (2023) mengungkapkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan *paylater* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kecenderungan pembelian implusif. Kemudahan akses dan persyaratan yang tidak terlalu ketat membuat layanan ini semakin diminati oleh kalangan muda dalam memenuhi kebutuhan konsumtif mereka. Oleh karena itu, keberadaan kredit instan serta berbagai penawaran promosi dari layanan PayLater mendorong kalangan muda untuk melakukan pembelian yang sebenarnya tidak bersifat mendesak, sehingga memperkuat kecenderungan konsumtif yang telah ada sebelumnya.

## **Strategi Mengurangi Sifat Konsumtif Akibat Penggunaan *Paylater***

Untuk meredam perilaku konsumtif yang muncul akibat penggunaan *paylater*, diperlukan pendekatan yang komprehensif dengan fokus pada peningkatan literasi keuangan dan penguatan kontrol diri. Beberapa strategi yang dapat diimplementasikan antara lain:

### **1. Peningkatan Literasi Keuangan**

Peningkatan literasi keuangan menjadi salah satu langkah penting dalam membantu pengguna *paylater* memahami dampak jangka panjang, struktur biaya cicilan yang mereka tanggung, serta edukasi mengenai bunga efektif dan denda keterlambatan dalam penggunaan layanan *paylater*. Bunga efektif pada *paylater* berkisar antara 15% hingga 30% per tahun, yang berarti biaya cicilan bisa lebih tinggi dari bunga nominal yang terlihat di awal (Times, 2025). Selain itu, denda keterlambatan yang dikenakan dapat mencapai 2% hingga 5% per hari atau sekitar 4% per bulan dari nilai tagihan pokok (Mandiri, 2025). Pemahaman yang baik tentang mekanisme bunga efektif dan denda ini dapat membantu konsumen menghindari jebakan hutang menumpuk akibat pembayaran yang tertunda atau tidak tepat waktu.

Literasi keuangan menjadi sangat krusial untuk Masyarakat, sebab kurangnya literasi keuangan dapat mengakibatkan perencanaan keuangan yang tidak tepat dan berpotensi mempengaruhi pencapaian kesejahteraan di masa pensiun atau usia tua (Fifie Dea Angelista, 2024). Penelitian oleh Rahmawati & Mirati (2022) mengungkapkan bahwa apabila tingkat literasi keuangan semakin meningkat maka akan berpengaruh pada menurunnya perilaku konsumtif dalam menggunakan layanan *paylater* pada generasi milenial. Hal tersebut dikarenakan literasi keuangan bertujuan agar mereka dapat mengelola keuangannya dengan baik sehingga dapat mengantisipasi kecenderungan berperilaku konsumtif.

## 2. Penguatan Pengendalian Diri (*Self-Control*)

Penguatan *self-control* dengan menumbuhkan kedisiplinan dalam berbelanja dan kemampuan untuk menunda kepuasan (*delay of gratification*) merupakan salah satu strategi efektif untuk mengurangi perilaku konsumtif yang dipicu oleh kemudahan penggunaan PayLater. Salah satu pendekatan praktis adalah dengan mengimplementasikan fitur *spending tracker* dalam aplikasi PayLater. Fungsi ini berfungsi sebagai *behavior nudge* yang memberikan umpan balik real-time kepada pengguna mengenai pengeluaran mereka, sehingga meningkatkan kesadaran dan kontrol terhadap pola belanja impulsif (Sunstein, 2009). Dengan adanya *spending tracker*, pengguna dapat memantau batas pengeluaran mereka secara transparan dan mendapatkan peringatan Ketika mendekati atau melewati batas yang telah ditentukan.

Menurut Sampoerno & Haryono (2021), untuk menrapkan *self-control* dengan baik, terdapat beberapa aspek pendukung, yaitu *cognitive control*, *desicion control*, dan *behafior control*. Dengan hal ini, pengguna layanan *paylater* perlu meemprtimbangkan dan menilai kondisi keuangan yang akan terjadi. Pengguna layanan *paylater* yang memiliki *self-control* yang baik cenderung lebih bertanggung jawab dalam mengelola keuangannya, cermat dalam mempertimbangkan dan menilai kondisi keuangan sebelum menggunakan *paylater* dan disiplin dalam pembayaran serta menghindari hutang berlebih.

### Dampak Jangka Panjang Penggunaan *Paylater* Terhadap Kondisi Finansial Pengguna

Berdasarkan hasil utama dari kuesioner kualitatif, dampak jangka panjang yang paling signifikan dari penggunaan *paylater* terhadap kondisi keuangan pengguna adalah timbulnya utang menumpuk, pola konsumsi yang terus menerus berlebihan, dan tekanan atau stress finansial. Ketiga dampak ini saling berhubungan dan berpotensi membentuk siklus negatif yang merugikan kesejahteraan finansial individu secara keseluruhan.

Kemudahan dalam menggunakan *paylater* yang awalnya dianggap sebagai keuntungan, justru dapat menyebabkan pengguna tidak menyadari bahwa utang mereka semakin menumpuk. Kebiasaan konsumtif yang didorong oleh kemudahan penggunaan *paylater* seringkali berujung pada pengeluaran yang melampaui pendapatan sehingga menimbulkan kesulitan finansial, keterlambatan pembayaran, bahkan resiko gagal bayar. Fenomena ini semakin diperparah oleh laporan bahwa beberapa pengguna terpaksa mencari pinjaman online baru hanya untuk menutupi tagihan *paylater* yang sudah ada (Susan Fatmawati, 2024).

Salah satu aspek yang paling merugikan dari layanan *paylater* adalah tingginya struktur biaya dan denda yang diberlakukan. PayLater biasanya membebankan bunga serta denda keterlambatan yang cukup besar, dengan rata-rata denda sekitar 2% per hari atau setara Rp 20.000 per hari untuk setiap utang sebesar Rp 1 juta (FS-Institute, 2025). Biaya-biaya ini dapat dengan cepat mmpercepat penumpukan utang dan memperburuk kondisi finansial pengguna secara signifikan. Selain itu, keterlambatan dalam melakukan pembayaran memiliki konsekuensi serius terhadap skor kredit pengguna. Keterlambatan pembayaran yang melebihi 90 hari akan secara otomatis tercatat dalam Sistem Layanan Informasi Keuangan (SLIK) yang dikelola oleh OJK (FS-Institute, 2025). Pencatatan tersebut dapat menurunkan skor kredit individu, sehingga membuat proses pengajuan kredit lain di masa depan seperti pinjaman bank atau kartu kredit menjadi lebih sulit. Akibatnya, akses pengguna terhadap prodAkumulasi utang yang terus meningkat dan tekanan untuk memenuhi jadwal pembayaran yang singkat dapat menimbulkan tekanan finansial dan stres psikologis yang signifikan bagi pengguna. Berbagai penelitian menunjukan bahwa utang dapat memicu masalah Kesehatan mental, seperti kecemasan dan depresi (Gurning, 2023). Selain itu, penggunaan *paylater* secara tidak bijaksana berpotensi menimbulkan ketergantungan pada layanan tersebut dan mendorong kebiasaan konsumtif yang berlebihan, yang pada akhirnya mengganggu pengelolaan keuangan pribadi secara menyeluruh. Aspek lain yang perlu diperhatikan adalah resiko terkait keamanan data. Pengguna layanan *paylater* mengharuskan pengguna memberikan data identitas pribadi yang cukup sensitif, sehingga menimbulkan kekhawatiran serius terkait privasi dan keamanan informasi tersebut. Resiko yang muncul meliputi pencurian identitas, penipuan, dan penyalahgunaan data apabila terjadi pelanggaran keamanan pada platform penyedia layanan. Selain itu, data pribadi yang bocor dapat digunakan oleh pihak yang

tidak bertanggung jawab untuk tujuan merugikan konsumen, seperti pemasaran agresif, penjualan data, atau aktivitas ilegal lainnya (M Sahlan, 2024).

Dari kemudahan akses yang instan menuju prekariat finansial dan psikologis, PayLater awalnya menawarkan kemudahan dan peluang yang menarik bagi konsumen. Namun, tanpa pengelolaan yang bijaksana, kemudahan tersebut dapat berubah menjadi perangkap finansial. Mekanisme penundaan pembayaran, ditambah dengan kurangnya literasi keuangan dan *self-control* yang memadai, menciptakan ilusi kemampuan membayar yang akhirnya menyebabkan akumulasi utang yang tidak terkendali. Penumpukan utang ini tidak hanya menimbulkan konsekuensi finansial yang serius, seperti denda yang tinggi dan penurunan skor kredit, tetapi juga memicu dampak psikologis yang mendalam seperti stress dan kecemasan yang secara signifikan mengikis kesejahteraan finansial dan mental pengguna.

## KESIMPULAN

Penggunaan layanan *paylater* di kalangan responden menunjukkan pola yang mengarah pada perilaku konsumtif, terutama di kalangan generasi muda. Mayoritas responden menggunakan *paylater* secara rutin (1–2 kali per bulan) dan cenderung membeli barang-barang non-esensial seperti fashion dan aksesoris, yang dipengaruhi oleh gaya hidup digital dan dorongan untuk tampil secara sosial. Hal ini menandakan bahwa PayLater telah mengalami proses normalisasi sebagai alat pembayaran yang dianggap wajar, meskipun memiliki konsekuensi finansial yang tidak disadari sepenuhnya oleh pengguna. Kemudahan akses, proses pengajuan yang instan, serta adanya promosi dan diskon turut mendorong perilaku konsumsi impulsif. *paylater* tidak hanya menjadi alat pembayaran, tetapi juga simbol ekspresi diri dan status sosial di era digital. Namun, di balik kemudahan tersebut, terdapat risiko serius seperti penumpukan utang, stres finansial, serta dampak jangka panjang terhadap skor kredit dan kesehatan mental pengguna. Kurangnya literasi keuangan dan rendahnya pengendalian diri menjadi faktor kunci yang memperkuat kerentanan finansial akibat penggunaan *paylater*. Untuk itu, diperlukan strategi komprehensif seperti peningkatan literasi keuangan serta penguatan *self-control*, misalnya melalui penggunaan fitur *spending tracker* dalam aplikasi, agar pengguna lebih sadar terhadap kebiasaan belanja mereka. Tanpa intervensi edukatif dan perubahan perilaku, *paylater* berpotensi berubah dari solusi pembayaran menjadi pemicu krisis keuangan pribadi, terutama bagi pengguna yang tidak memiliki perencanaan keuangan yang matang.

## REFERENSI

- Abigail, P. Y. (2025). Penggunaan Paylater Meningkat, Pinjaman Masyarakat Tembus Rp22,5 Triliun Setahun. <https://katadata.co.id/finansial/keuangan/67c795f1e86e3/penggunaan-paylater-meningkat-pinjaman-masyarakat-tembus-rp22-5-triliun-setahun>. Diakses pada 23 Mei 2025.
- Angelista, F. D., Anggraini, L. D., & Putri, A. U. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Pengguna Shopee Paylater. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(3), 696-705.
- Anggraeni, N. P. N., & Darma, G. S. (2023). Pengaruh Kemudahan, Risiko, Gaya Hidup, dan Kepercayaan Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater di Indonesia. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)*, 7(2), 625-639.
- Bagniewski, B., Kubiczek, J., & Żuchowska, Z. (2024). BNPL in the Consumerism World: About the Excessive Debt Trap. *Journal of Finance and Financial Law*, 4(44), 49-62.
- Bakar, R., Fauziyah, N., & Rahmat, A. (2025). Do consumers perceive impulsive buying and pain of payment?: E-commerce transactions using pay later, e-wallet, and cash-on-delivery. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 27(1), 31-59.
- Darma Serang, A. E., Pamungkas, A. D., & Nirmala, T. (2025). *Paylater lifestyle: Financial solution or debt trap for the younger*. *Nomicon Journal*, 2(2). <https://doi.org/10.62872/3f4k9t19>.

- Dwipa, Y.S., & Yuniningsih, Y. (2023). The Effect of "Buy Now, Pay Later" Mode on Impulsive Buying Behavior. *International Journal of Business Marketing and Management (IJBMM)* P.P. 121-128. <https://ijbmm.com/paper/May2023/8340436467.pdf>
- Fatmawati, S., & Suwardi, E. (2024). Paylater as The Millennial Payment: Theory Planned Behavior. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 26(2), 91-102.
- Febriyanti, R., & Ariwibowo, P. (2023). Pengaruh E-Commerce Dan Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Di Sman 11 Depok. *Economics Learning Experience & Social Thinking Education Journal*, 3(2), 123-130.
- Gurning, J. S. (2023). Analisis Manfaat dan Risiko Penggunaan Layanan Paylater di Kota Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(2.B), 109-123.
- Hofmann, W., Baumeister, R. F., Förster, G., & Vohs, K. D. (2012). Everyday temptations: an experience sampling study of desire, conflict, and self-control. *Journal of personality and social psychology*, 102(6), 1318.
- Jannah, M., Magdalena, M., Isfaatun, E., Sukmarani, W., & Utomo, S. A. S. M. (2024, November). PENGARUH SELF CONTROL DAN FINANCIAL ATTITUDE TERHADAP FINANCIAL BEHAVIOR PENGGUNA LAYANAN BUY NOW PAY LATER. In *Prosiding Seminar SeNTIK* (Vol. 8, No. 1, pp. 73-80).
- Mandiri, B. (2025). Belanja Sekarang Bayar Bulan Depan. <https://www.bankmandiri.co.id/livin-paylater>
- Nurfitri, A. R., Dimiyati, D., Winarsih, W., & Setyaningsih, E. (2025). Fenomena Peningkatan Penggunaan Paylater di Indonesia dan Dampaknya Terhadap Perilaku Masyarakat. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 5(2), 2963-2981.
- Prita Hapsari Ghosie, S. G. (2025,). Kecanduan Paylater dan Konsumtif Ancam Generasi Muda. <https://www.ui.ac.id/kecanduan-paylater-dan-konsumtif-ancam-generasi-muda/#:~:text=Berdasarkan%20riset%20yang%20dilakukan%20Kredivo,OJK> diakses pada 25 Mei 2025.
- Putri, N. M. E., & Andarini, S. (2022). Pengaruh self-control dan financial attitude terhadap financial management behavior pengguna layanan buy now pay later. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 21(1), 60-74.
- Rahmawati, G., & Mirati, E. (2022). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater pada generasi millennial. In *Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen PNJ* (Vol. 3).