BEYOND FINANCIAL LITERACY: IMPULSIVE TRAITS AND LIFESTYLE AS DRIVERS OF BUY NOW, PAY LATER USAGE AMONG GENERATION Z

KARYA AKHIR

Untuk Memenuhi Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana

Daniel

B1023211024

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TANJUNGPURA

PONTIANAK

2026

BEYOND FINANCIAL LITERACY: IMPULSIVE TRAITS AND LIFESTYLE AS DRIVERS OF BUY NOW, PAY LATER USAGE AMONG GENERATION Z

KARYA AKHIR

Untuk Memenuhi Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana

Daniel

B1023211024

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TANJUNGPURA

PONTIANAK

2026

PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT

Nama	: Daniel
NIM	: B102321024
Jurusan	: Manajemen
Konsentrasi	: Keuangan
Judul Karya Akhir	: *Beyond Financial Literacy: Impulsive Traits and Lifestyle as Drivers of Buy Now, Pay Later Usage among Generation Z*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Akhir dengan judul tersebut di atas, secara keseluruhan adalah murni karya penulis sendiri dan bukan plagiat dari karya orang lain, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sebagai sumber pustaka sesuai dengan panduan penulisan yang berlaku (lembar hasil pemeriksaan plagiat terlampir).

Apabila di dalamnya terbukti penulis melakukan plagiat, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis yang dapat berakibat pada pembatalan Skripsi/Tesis/Disertasi dengan judul tersebut di atas.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pontianak, 14 Juli 2026



Daniel
NIM. B1023211024

PERTANGGUNGJAWABAN KARYA AKHIR

Saya, yang bertandatangan di bawah ini:

Nama	: Daniel
NIM	: B1023211024
Program Studi	: Manajemen
Konsentrasi*	: Keuangan
Tanggal Ujian	: 14 Juli 2026

Judul Karya Akhir*:
Beyond Financial Literacy: Impulsive Traits and Lifestyle as Drivers of Buy Now, Pay Later Usage among Generation Z

Menyatakan bahwa Karya Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Pontianak, 14 Juli 2026



Daniel
NIM. B1023211024

LEMBAR YURIDIS

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, SIFAT IMPULSIF DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN BNPL DI INDONESIA PADA GENERASI Z: PERAN MODERASI MEDIA SOSIAL

Penanggung jawab Yuridis

Daniel
B1023211024

Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Keuangan
Tanggal Ujian : 14 Juli 2026

MAJELIS PENGUJI

Majelis Penguji	Nama NIP	Tgl/bln/thn	Tanda Tangan
Pembimbing 1	Dr. Wenny Pebrianti, S.E., M.Sc. NIP. 198502072006042001	18/8 2026	
Pembimbing 2	Anggraini Syahputri, S.S.T., M.M. NIP. 199205302023212041	13/8 2026	
Penguji 1	Dr. Wendy, S.E., M.Sc. NIP. 198304182005011001	13/8 2026	
Penguji 2	Uray Ndaru Mustika, S.E., M.M. NIP. 198808092023212029	4/8 2026	

Dinyatakan telah memenuhi persyaratan dan lulus
oleh Majelis Penguji dalam Ujian Karya Akhir
dan Komprehensif untuk
memperoleh gelar Sarjana.

Pontianak, 12 SEP 2026
Koordinator Program Studi Manajemen

Bintoro Bagus Purnomo, S.E., M.M.
NIP. 199205082019031006

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur penulis kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya akhir yang berjudul ***"Beyond Financial Literacy: Impulsive Traits and Lifestyle as Drivers of Buy Now, Pay Later Usage among Generation Z"*** dengan baik. Karya akhir ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan program strata satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari keterlibatan banyak pihak yang membantu, membimbing, mendukung dan memberikan saran, masukan serta doa. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis dengan ketulusan dan kerendahan hati ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Garuda Wiko, S.H., M.Si., FCBArb. selaku Rektor Universitas Tanjungpura.
2. Ibu Dr. Barkah, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
3. Bapak Heriyadi, S.E., M.E., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
4. Ibu Dr. Wenny Pebrianti, S.E., M.Sc. selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura sekaligus dosen pembimbing akademik yang selalu dengan ramah dan responsif memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan berbagai permasalahan akademik sejak awal perkuliahan hingga akhir studi penulis.
5. Bapak Bintoro Bagus Purnomo, S.E., M.M, selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
6. Ibu Anggraini Syahputri, S.S.T., M.M. selaku dosen pembimbing lapangan (DPL) yang selalu dengan ramah dan responsif membantu setiap kesulitan dan permasalahan dalam penyusunan karya akhir melalui bimbingan, serta ilmu yang sangat bermanfaat selama penyusunan karya akhir ini.
7. Bapak Dr. Wendy, S.E., M.Sc. selaku dosen penguji yang selalu memberikan saran dan masukan yang sangat membantu dan bermanfaat dalam penyelesaian karya akhir ini.
8. Ibu Uray Ndaru Mustika, S.E., M.M. selaku dosen penguji yang selalu memberikan saran dan masukan yang sangat membantu dan bermanfaat dalam penyelesaian karya akhir ini.
9. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan pengalaman dan pembelajaran berharga bagi penulis selama menjalani perkuliahan sebagai mahasiswa S1 Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.

10. Orang tua tercinta penulis yang selalu mendukung, memberikan doa dan motivasi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan karya akhir ini hingga selesai.
11. Kedua saudara penulis yang selalu menjadi sumber semangat dan kekuatan selama proses penyusunan karya akhir ini.
12. Keluarga besar penulis yang selalu mendoakan, memberikan semangat serta dukungan selama perkuliahan hingga menyelesaikan karya akhir hingga selesai.
13. Rekan-rekan seperjuangan PPAPK Malam selama perkuliahan yang selalu menemani dan membantu dalam proses penyusunan karya akhir (Dheofanny Azhar, Deva Natasha Fitriandini, Lidya Hidayani, dan Yupentus Bio Samuel).
14. Teman-teman dekat penulis serta rekan seperjuangan riset selama perkuliahan yang selalu menemani sedari awal perkuliahan hingga bisa menyelesaikan karya akhir ini hingga selesai (Muhammad Fadle Hijri Fatra dan Imam Putra Arif).
15. Sahabat dekat penulis yang selalu mendorong dan memberikan semangat selama proses pengerjaan karya akhir hingga selesai (Vino Ardianto).
16. Seluruh teman-teman baik yang penulis temui selama menjalani perkuliahan yang selalu memberikan doa dan dukungan hingga penulis bisa menyelesaikan karya akhir.
17. Semua pihak terlibat yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah banyak mendukung dan memberikan semangat dalam menyelesaikan karya akhir ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa karya akhir ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi menyempurnakan karya ini di masa mendatang.

Pontianak, 14 Juli 2026

Daniel
NIM. B1023211024

BEYOND FINANCIAL LITERACY: IMPULSIVE TRAITS AND LIFESTYLE AS DRIVERS OF BUY NOW, PAY LATER USAGE AMONG GENERATION Z

Daniel

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Tanjungpura, Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, sifat impulsif, dan gaya hidup terhadap keputusan penggunaan *BNPL*, serta menguji peran media sosial sebagai variabel moderasi dalam hubungan tersebut. Menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif, data dikumpulkan melalui survei daring terhadap 300 responden Generasi Z yang dipilih dengan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* dengan perangkat lunak *SmartPLS*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sifat impulsif dan gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *BNPL*, sementara literasi keuangan tidak terbukti memiliki pengaruh signifikan. Selain itu, variabel media sosial gagal memoderasi (memperkuat atau memperlemah) seluruh hubungan antar-variabel independen terhadap keputusan penggunaan *BNPL*. Berdasarkan uji koefisien determinasi (*R-square*), diperoleh nilai sebesar 0,069. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi variabel literasi keuangan, sifat impulsif, dan gaya hidup hanya mampu menjelaskan sebesar 6,9% varians dari keputusan penggunaan *BNPL*, sedangkan 93,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini. Meskipun nilai *R-square* tergolong rendah, model tetap memiliki relevansi prediktif dalam riset perilaku konsumen. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan empiris bagi pembuat kebijakan untuk merumuskan strategi edukasi yang berfokus pada pengendalian diri (*self-control*) guna mendorong penggunaan fasilitas kredit digital yang lebih bertanggung jawab.

Kata kunci: *Financial Literacy; Impulsivity; BNPL Usage.*

BEYOND FINANCIAL LITERACY: IMPULSIVE TRAITS AND LIFESTYLE AS DRIVERS OF BUY NOW, PAY LATER USAGE AMONG GENERATION Z

Daniel

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Tanjungpura, Indonesia

ABSTRACT

This study aims to examine the effects of financial literacy, impulsivity, and lifestyle on Generation Z's decision to use Buy Now, Pay Later (BNPL), as well as to investigate the moderating role of social media in these relationships. A quantitative explanatory approach was employed using an online survey of 300 Generation Z respondents selected through purposive sampling. Data were analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS. The findings indicate that impulsivity and lifestyle have positive and significant effects on BNPL usage decisions, whereas financial literacy has no significant effect. Social media does not significantly moderate the relationships between any of the independent variables and BNPL usage decisions. The model yielded an R-square value of 0.069, indicating that the variables explain 6.9% of the variance in BNPL usage decisions, while 93.1% is explained by other factors outside the model. The findings highlight the importance of strengthening self-control and responsible financial behavior through targeted financial education to promote more prudent use of digital credit facilities.

Keywords: *Financial Literacy; Impulsivity; BNPL Usage.*

RINGKASAN KARYA AKHIR

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, SIFAT IMPULSIF DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN *BNPL* DI INDONESIA PADA GENERASI Z: PERAN MODERASI MEDIA SOSIAL

1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah melahirkan era fintech yang menawarkan kemudahan dan aksesibilitas dalam transaksi keuangan (Fatmawati & Suwardi, 2024), salah satunya melalui layanan *Buy Now Pay Later (BNPL)* yang memungkinkan konsumen menunda pembayaran barang atau jasa secara penuh maupun cicilan (S. Kumar & Nayak, 2024). Namun di balik kemudahannya, kemudahan akses kredit instan ini dapat menjebak konsumen dalam lingkaran utang yang berisiko (*risky indebtedness*), yang berujung pada kesulitan keuangan dan menurunnya kesejahteraan finansial (Cervellati et al., 2025; Du Plessis et al., 2025; Relja et al., 2024).

Di Indonesia, berdasarkan data IdScore per November 2024, Generasi Z merupakan kelompok debitur *BNPL* terbesar kedua dengan porsi 39,94%, setelah Generasi Milenial (48,27%), dan berpotensi kuat mendominasi pasar di masa mendatang (Aulia Ivanka Rahmana & Handoyo, 2025). Hal ini diperkuat oleh temuan Kredivo dan Katadata Insight Center (2024) bahwa 88% Generasi Z tidak memiliki akses ke kredit konvensional, menjadikan *BNPL* sebagai gerbang utama pembiayaan mereka. Di sisi lain, hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2025 menunjukkan tingkat literasi keuangan Generasi Z baru mencapai 73,22% (usia 18-25 tahun) dan 51,68% (usia 15-17 tahun), yang mengindikasikan masih adanya celah pemahaman keuangan yang cukup besar (OJK, 2025). Rendahnya literasi ini berkorelasi dengan perilaku kredit berisiko seperti pembelian impulsif dan kegagalan membayar cicilan (Aina & Abdul Chalid, 2023; Putri & Andarini, 2022; Veronica & Indrawan, 2024).

Penelitian ini menguji bagaimana literasi keuangan, sifat impulsif, dan gaya hidup (hedonistik/materialistis) berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *BNPL* pada Generasi Z, dengan media sosial sebagai variabel moderasi. Pembelian impulsif terbukti menjadi mediator kunci antara karakteristik konsumen dan keputusan penggunaan *BNPL* (S. Kumar & Nayak, 2024; Raj et al., 2024), sementara gaya hidup hedonistik dan materialistis mendorong adopsi *BNPL* sebagai sarana pemenuhan instan dan mempertahankan status sosial (Angela & Paramita, 2020; Raj et al., 2024). Media sosial turut berperan ganda sebagai ekosistem yang mendorong perilaku konsumtif melalui paparan gaya hidup ideal, promosi influencer, dan tekanan sosial, tanpa diimbangi edukasi risiko finansial yang memadai (Al Farasyi & Iswati, 2021; Ismawan & Pamungkas, 2022; Tajuddien & Praditya, 2022).

Meskipun penelitian terdahulu telah banyak mengkaji pengaruh langsung literasi keuangan (Fatmawati & Suwardi, 2024), pembelian impulsif (S. Kumar & Nayak, 2024), dan gaya hidup materialisme (Raj et al., 2024) secara terpisah,

penelitian yang secara spesifik menguji peran moderasi media sosial dalam hubungan ketiga variabel tersebut terhadap keputusan penggunaan *BNPL* masih sangat terbatas, khususnya pada konteks Generasi Z di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan mengisi celah tersebut dengan menganalisis peran moderasi media sosial dalam hubungan literasi keuangan, sifat impulsif, dan gaya hidup terhadap keputusan penggunaan *BNPL*. Kontribusi penelitian ini diharapkan dapat membantu perumusan strategi edukasi dan regulasi yang lebih efektif guna mendorong penggunaan *BNPL* yang lebih bertanggung jawab di kalangan generasi muda.

2. Permasalahan

1) Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *BNPL* pada Generasi Z di Indonesia?
2) Apakah sifat impulsif berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *BNPL* pada Generasi Z di Indonesia?
3) Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *BNPL* pada Generasi Z di Indonesia?
4) Apakah media sosial memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan penggunaan *BNPL* pada Generasi Z di Indonesia?
5) Apakah media sosial memoderasi pengaruh sifat impulsif terhadap keputusan penggunaan *BNPL* pada Generasi Z di Indonesia?
6) Apakah media sosial memoderasi pengaruh gaya hidup terhadap keputusan penggunaan *BNPL* pada Generasi Z di Indonesia?

3. Tujuan Penelitian

1) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan penggunaan *BNPL* pada Generasi Z di Indonesia.
2) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh sifat impulsif terhadap keputusan penggunaan *BNPL* pada Generasi Z di Indonesia.
3) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap keputusan penggunaan *BNPL* pada Generasi Z di Indonesia.
4) Untuk menguji dan menganalisis peran moderasi media sosial terhadap pengaruh literasi keuangan pada keputusan penggunaan *BNPL* pada Generasi Z di Indonesia.
5) Untuk menguji dan menganalisis peran moderasi media sosial terhadap pengaruh sifat impulsif pada keputusan penggunaan *BNPL* pada Generasi Z di Indonesia.
6) Untuk menguji dan menganalisis peran moderasi media sosial terhadap pengaruh gaya hidup pada keputusan penggunaan *BNPL* pada Generasi Z di Indonesia.

4. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif eksplanatif untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh literasi keuangan, sifat impulsif, dan gaya hidup terhadap keputusan penggunaan *BNPL*, dengan media sosial sebagai variabel moderasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar melalui survei daring kepada target sampel sebanyak 300 responden Generasi Z di Indonesia. Bentuk kuesioner penelitian menggunakan Skala Likert 7 poin dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, dengan kriteria sebagai berikut: 1) Warga Negara Indonesia yang lahir antara tahun 1997-2012 (Generasi Z); 2) aktif menggunakan media sosial; 3) pernah bertransaksi menggunakan *BNPL* minimal satu kali dalam enam bulan terakhir.

Data dianalisis menggunakan metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan software SmartPLS untuk menguji model struktural yang kompleks, termasuk mengevaluasi efek interaksi (moderasi) secara simultan tanpa memerlukan asumsi distribusi data normal. Uji persyaratan instrumen dengan uji Validitas Konvergen dilihat dari nilai *Outer Loading* > 0,60 atau 0,70, uji Validitas Diskriminan menggunakan kriteria *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) dengan ambang batas < 0,90 (Henseler et al., 2015), serta uji Reliabilitas dilihat dari *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* (*CR*) > 0,70 (Hair et al., 2021). Evaluasi model struktural (*Inner Model*) dilakukan melalui Koefisien Determinasi (R^2) untuk mengukur varians variabel dependen yang mampu dijelaskan oleh model. Uji hipotesis dinilai dari nilai koefisien jalur (*path coefficient*), t-statistik (> 1,96), dan *p-value* (< 0,05) yang dihasilkan dari prosedur *bootstrapping* pada SmartPLS.

5. Hasil Penelitian

1) Diperoleh nilai t-statistik pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan penggunaan *BNPL* sebesar 1,134 dan nilai p-value 0,257 lebih besar dari 0,05 (α = 0,05). Hasil ini membuktikan hipotesis pertama ditolak, yang dimana literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *BNPL*.

2) Diperoleh nilai t-statistik pengaruh sifat impulsif terhadap keputusan penggunaan *BNPL* sebesar 3,029 dan nilai p-value 0,002 lebih kecil dari 0,05 (α = 0,05). Hasil ini membuktikan hipotesis kedua diterima, yang dimana sifat impulsif berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan *BNPL*.

3) Diperoleh nilai t-statistik pengaruh gaya hidup terhadap keputusan penggunaan *BNPL* sebesar 2,669 dan nilai p-value 0,008 lebih kecil dari 0,05 (α = 0,05). Hasil ini membuktikan hipotesis ketiga diterima, yang dimana gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan *BNPL*.

4) Diperoleh nilai t-statistik pengaruh moderasi media sosial terhadap hubungan literasi keuangan dan keputusan penggunaan *BNPL* sebesar 0,033 dan nilai p-value 0,974 lebih besar dari 0,05 (α = 0,05). Hasil ini membuktikan hipotesis keempat ditolak, yang dimana media sosial tidak memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan penggunaan *BNPL*.

5) Diperoleh nilai t-statistik pengaruh moderasi media sosial terhadap hubungan sifat impulsif dan keputusan penggunaan *BNPL* sebesar 0,819 dan nilai p-value

0,413 lebih besar dari 0,05 (α = 0,05). Hasil ini membuktikan hipotesis kelima ditolak, yang dimana media sosial tidak memoderasi pengaruh sifat impulsif terhadap keputusan penggunaan *BNPL*.

6) Diperoleh nilai t-statistik pengaruh moderasi media sosial terhadap hubungan gaya hidup dan keputusan penggunaan *BNPL* sebesar 0,491 dan nilai p-value 0,623 lebih besar dari 0,05 (α = 0,05). Hasil ini membuktikan hipotesis keenam ditolak, yang dimana media sosial tidak memoderasi pengaruh gaya hidup terhadap keputusan penggunaan *BNPL*.

Selain itu, hasil uji R^2 menunjukkan bahwa variabel Keputusan Penggunaan *BNPL* memiliki nilai R^2 sebesar 0,069 (kategori rendah), yang berarti kombinasi konstruk eksogen (literasi keuangan, sifat impulsif, dan gaya hidup) hanya mampu menjelaskan 6,9% varians keputusan penggunaan *BNPL*, sementara 93,1% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Meski nilai R^2 tergolong rendah, hal ini dianggap wajar dalam riset perilaku keuangan yang melibatkan kompleksitas keputusan manusia, selama jalur hubungan yang signifikan tetap menunjukkan pengaruh nyata (Hair et al., 2021).

6. Kesimpulan dan Saran

1) Kesimpulan

Hasil temuan penelitian ini membuktikan bahwa keputusan penggunaan *BNPL* pada Generasi Z di Indonesia didorong kuat oleh faktor psikologis internal, yaitu sifat impulsif dan gaya hidup, yang keduanya terbukti berpengaruh positif dan signifikan. Karakteristik impulsivitas mendorong Generasi Z mengutamakan kepuasan instan tanpa mempertimbangkan beban finansial jangka panjang, sementara tuntutan pemenuhan gaya hidup digital dan *Fear of Missing Out (FOMO)* mendorong mereka memanfaatkan *BNPL* sebagai solusi pragmatis. Sebaliknya, literasi keuangan tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *BNPL*, yang mengindikasikan bahwa pemahaman finansial teoritis gagal menjadi instrumen pengendali ketika konsumen dihadapkan pada kepraktisan teknologi digital.

Media sosial juga tidak terbukti berperan sebagai variabel moderasi pada ketiga hubungan tersebut (literasi keuangan, sifat impulsif, maupun gaya hidup terhadap keputusan penggunaan *BNPL*). Hal ini menunjukkan bahwa keputusan keuangan dan pengelolaan hasrat belanja Generasi Z lebih banyak dikendalikan oleh kontrol diri internal *(self-control*) dan karakteristik psikologis personal, bukan oleh paparan informasi atau stimulasi eksternal dari media sosial.

2) Saran

Penelitian ini memberikan informasi bagi konsumen Generasi Z untuk menjaga agar diri mereka tidak mudah terjebak dalam perilaku impulsif dan agar dapat meminimalisir risiko jebakan utang dengan mengurangi adanya pengeluaran gaya hidup yang berlebihan dalam penggunaan *BNPL*. Dengan menjaga kontrol diri (*self-control*) dan literasi keuangan praktis diharapkan dapat membuat Generasi Z untuk dapat mengelola keuangan sesuai kemampuan mereka dan mengurangi ketergantungan pada pembiayaan digital.

DAFTAR ISI

Halaman

PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT 2
PERTANGGUNGJAWABAN KARYA AKHIR .**Error! Bookmark not defined.**
LEMBAR YURIDIS .....**Error! Bookmark not defined.**
UCAPAN TERIMA KASIH v
ABSTRAK vii
ABSTRACT viii
RINGKASAN KARYA AKHIR ix
DAFTAR ISI xiv
DAFTAR TABEL xv
DAFTAR GAMBAR xvi
DAFTAR LAMPIRAN xvii
ISI KARYA AKHIR 5820
INTRODUCTION 5820
RESEARCH METHODS 5823
RESULTS AND DISCUSSION 5825
CONCLUSION 5833
REFERENCES 5834
LAMPIRAN I SK Dekan xxxvi
LAMPIRAN II *Letter of Acceptance* xl
LAMPIRAN III Dokumen Informasi Artikel xlii
LAMPIRAN IV Tabel Operasionalisasi xliv
LAMPIRAN V Kuesioner xlviii
LAMPIRAN VI Data liii
LAMPIRAN VII Output Olahan Data lxii

DAFTAR TABEL

Halaman

Table 1. Respondent Characteristics 5825
Table 2. Results of Convergent Validity and Reliability Testing 5827
Table 3. Results of Discriminant Validity Testing Using HTMT 5828
Table 4. Results of Inner VIF Testing 5828
Table 5. Results of Model Fit Testing 5829
Table 6. Results of Hypothesis Testing 5829
Table 7. Results of R-Square Testing 5830
Table 8. Results of f-Square Testing 5830

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Figure 1. Outer Model 5826

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

LAMPIRAN I SK Dekan xxxvi
LAMPIRAN II *Letter of Acceptance* xl
LAMPIRAN III Dokumen Informasi Artikel xlii
LAMPIRAN IV Tabel Operasionalisasi xliv
LAMPIRAN V Kuesioner xlviii
LAMPIRAN VI Data liii
LAMPIRAN VII Output Olahan Data lxii

ISSN : 2962-9195 E-ISSN : 2963-8992

Journal of Educational Management Research
Vol. 05 No. 05 (2026) : 5820-5836
Available online at https://serambi.org/index.php/jemr

Beyond Financial Literacy: Impulsive Traits and Lifestyle as Drivers of Buy Now, Pay Later Usage among Generation Z

Daniel*, Wenny Pebrianti, Anggraini Syahputri, Wendy, Uray Ndaru Mustika

Universitas Tanjungpura, Indonesia
Email : daniel9februari@gmail.com

DOI: https://doi.org/10.61987/jemr.v5i5.3069

Keywords:
Financial Literacy;
Impulsivity; *BNPL* Usage

****Corresponding Author***

ABSTRACT

This study aims to examine the effects of financial literacy, impulsivity, and lifestyle on Generation Z's decision to use Buy Now, Pay Later (*BNPL*), as well as to investigate the moderating role of social media in these relationships. A quantitative explanatory approach was employed using an online survey of 300 Generation Z respondents selected through purposive sampling. Data were analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS. The findings indicate that impulsivity and lifestyle have positive and significant effects on *BNPL* usage decisions, whereas financial literacy has no significant effect. Social media does not significantly moderate the relationships between any of the independent variables and *BNPL* usage decisions. The model yielded an R-square value of 0.069, indicating that the variables explain 6.9% of the variance in *BNPL* usage decisions, while 93.1% is explained by other factors outside the model. The findings highlight the importance of strengthening self-control and responsible financial behavior through targeted financial education to promote more prudent use of digital credit facilities.

Article History:
Received: May 2026; Revised: June 2026; Accepted: July 2026

Please cite this article in APA style as:
Daniel, Pebrianti W., Syahputri, A., Wendy, Mustika, U.N. (2026). Beyond Financial Literacy: Impulsive Traits and Lifestyle as Drivers of Buy Now, Pay Later Usage among Generation Z. *Journal of Educational Management Research, 5*(5), 5820-5836.

INTRODUCTION

The rapid development of digital technology has fundamentally transformed the financial industry through financial technology (fintech), offering greater convenience, speed, and accessibility in financial transactions (Fatmawati & Suwardi, 2024; Susilo et al., 2024). One of the most prominent innovations is Buy Now, Pay Later (*BNPL*), which enables consumers to obtain goods or services immediately and postpone payment through installments or deferred settlement (Cervellati et al., 2025; Kumar & Nayak, 2024). *BNPL* has

This journal is an open-access article under a CC BY-NC-SA 4.0 license. © 2026, the author(s)

become particularly attractive to younger consumers because of its simple application process, flexible payment schemes, and accessibility compared with conventional credit products (Raj et al., 2024; Roslee, 2024). In Indonesia, Generation Z represents a substantial potential user group, accounting for 39.94% of *BNPL* debtors, making them the second-largest user segment after Millennials at 48.27% (Fitrisam et al., 2025). Therefore, understanding the determinants of *BNPL* usage is important for promoting responsible digital financial behavior and preventing potential financial vulnerability among younger consumers.

The relationships examined in this study can be explained through several complementary theoretical perspectives. Financial literacy is associated with the Theory of Planned Behavior (TPB), particularly perceived behavioral control, because financial knowledge and skills can improve an individual's ability to evaluate financial consequences and make informed decisions (Fatmawati & Suwardi, 2024; Prazadhea & Fitriyah, 2023). Impulsive traits can be explained through Dual-Process Theory and Present Bias, in which immediate emotional gratification may override deliberate consideration of future financial consequences (Kumar et al., 2023; Tahir et al., 2021). Lifestyle is consistent with Consumer Culture Theory, which explains consumption as a means of expressing identity, status, and social meaning (Raj et al., 2024; Rodziyah et al., 2024). Meanwhile, Social Influence Theory and the Stimulus-Organism-Response framework explain how social media can expose consumers to social norms, promotional stimuli, and idealized lifestyles that influence purchasing decisions (Anisah et al., 2023; Ningsih & Putra, 2020). These theories provide an integrated foundation for examining *BNPL* adoption.

Despite its convenience, *BNPL* presents a broader social and financial problem because immediate access to credit can encourage consumption beyond an individual's financial capacity. Previous studies indicate that *BNPL* may contribute to risky indebtedness, financial difficulties, and reduced financial well-being when consumers underestimate future repayment obligations (Cervellati et al., 2025; Du Plessis et al., 2025; Relja et al., 2024). This concern is particularly relevant among Generation Z because many young consumers have limited access to conventional credit products. Katauke et al. (2023) reported that 88% of Generation Z lacked access to conventional credit products such as credit cards, potentially making *BNPL* an important alternative source of financing. At the same time, Indonesia's 2025 National Survey of Financial Literacy and Inclusion reported financial literacy levels of 73.22% among those aged 18–25 and 51.68% among those aged 15–17 (OJK, 2025). These conditions indicate that access to digital credit may expand faster than consumers' capacity to evaluate its long-term consequences, creating an important social problem that requires empirical investigation (Powell et al., 2023; Aisyah et al., 2023).

Previous research has identified several factors associated with *BNPL* usage, including financial literacy, impulsivity, and lifestyle. Financial literacy is generally considered a protective factor because individuals with better knowledge of interest, debt, budgeting, and financial risk are expected to make more cautious credit decisions (Gerrans et al., 2022; Prazadhea & Fitriyah, 2023). However, empirical findings remain inconsistent, as financially literate consumers may either avoid *BNPL* because of perceived risks or use it more confidently because they understand its costs and repayment mechanisms (Fitriyah & Nadlifatin, 2024; Gerrans et al., 2022). In contrast, impulsivity has been consistently associated with unplanned purchases and greater willingness to use *BNPL* because deferred payment reduces the immediate psychological burden of spending (Juita et al., 2023; Ooi et al., 2024; Schomburgk & Hoffmann, 2023). Lifestyle, particularly materialistic and hedonistic orientations, has also been identified as an important determinant of *BNPL* adoption (Raj et al., 2024; Relja et al., 2024). Nevertheless, these studies have predominantly examined direct relationships, leaving the interaction between these consumer characteristics and social media insufficiently addressed.

Furthermore, existing studies provide evidence that social media can intensify consumption-related behavior through influencer marketing, social comparison, promotional content, and peer pressure (Tessy & Setiasih, 2024; Van Tuan, 2024). Social media exposure has been associated with impulsive buying and the internalization of idealized lifestyles, while *BNPL* can provide the financial mechanism required to satisfy these consumption aspirations (Osman et al., 2024; Prazadhea & Fitriyah, 2023). However, the literature has not sufficiently established whether social media actually changes the strength of the relationships between financial literacy, impulsivity, lifestyle, and *BNPL* usage decisions. Existing studies tend to investigate social media as a direct antecedent of consumption behavior rather than as a moderating mechanism. This represents an important research gap because social media may either weaken the protective effect of financial literacy or amplify the effects of impulsivity and lifestyle. Addressing this gap is necessary to provide a more comprehensive explanation of *BNPL* decisions among Generation Z.

The novelty of this study lies in positioning social media as a moderating variable within an integrated model that simultaneously examines financial literacy, impulsive traits, and lifestyle as determinants of *BNPL* usage decisions. Rather than examining these variables independently, this study investigates whether the digital social environment changes the strength of their respective relationships with *BNPL* decisions. This approach is particularly relevant because social media has evolved beyond a communication platform into a highly influential consumption ecosystem characterized by targeted advertising,

influencer recommendations, social comparison, and continuously circulating lifestyle. The study therefore extends previous research by connecting individual financial and psychological characteristics with contextual digital influences. Its findings are expected to contribute theoretically by clarifying the boundary conditions of existing consumer behavior relationships and practically by supporting financial education, consumer protection, and responsible digital-credit policies focused on self-control and informed decision-making.

Accordingly, the research problem addressed in this study is whether financial literacy, impulsive traits, and lifestyle influence Generation Z's decisions to use *BNPL* and whether social media moderates these relationships. Based on the theoretical perspectives and empirical evidence discussed above, financial literacy is expected to have a negative relationship with *BNPL* usage because stronger financial knowledge and skills should improve consumers' ability to recognize debt risks and evaluate repayment capacity. Conversely, impulsive traits are expected to have a positive influence because individuals who prioritize immediate gratification are more likely to utilize deferred-payment facilities. Lifestyle is also expected to positively influence *BNPL* usage because materialistic, hedonistic, and consumption-oriented individuals may use *BNPL* to sustain desired consumption patterns. Finally, social media is expected to weaken the negative effect of financial literacy while strengthening the positive effects of impulsivity and lifestyle by intensifying social influence, promotional exposure, and consumption-oriented norms.

H1: Financial literacy has a negative effect on *BNPL* usage decisions among Generation Z.

H2: Impulsive traits have a positive effect on *BNPL* usage decisions among Generation Z.

H3: Lifestyle has a positive effect on *BNPL* usage decisions among Generation Z.

H4: Social media weakens the negative effect of financial literacy on *BNPL* usage decisions among Generation Z.

H5: Social media strengthens the positive effect of impulsive traits on *BNPL* usage decisions among Generation Z.

H6: Social media strengthens the positive effect of lifestyle on *BNPL* usage decisions among Generation Z.