

Pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi Risiko Terhadap *Perceived Behavioral Control* Penggunaan Shopee Paylater oleh Generasi Z di Kota Medan

Lydia Lasroita Simorangkir^{1*}, Hafiza Adlina²

^{1,2} Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara, Jl. Dr. T. Mansur No.9, Padang Bulan, Kec. Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara, 20222, Indonesia.

E-mail: lydiasimorangkir66@gmail.com

*Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.5472>

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Article history:

Received: 10 Feb 2026

Revised: 16 Feb 2026

Accepted: 22 Feb 2026

Kata Kunci:

Gaya Hidup, Persepsi Risiko, *Perceived Behavioral Control*, Shopee Paylater, Generasi Z.

Keywords:

Lifestyle, Risk Perception, *Perceived Behavioral Control*, Shopee Paylater, Generation Z.



Perkembangan *e-commerce* dan *financial technology* mendorong meningkatnya penggunaan layanan *Buy Now, Pay Later (BNPL)*, salah satunya Shopee Paylater yang banyak digunakan oleh Generasi Z. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup dan persepsi risiko terhadap *perceived behavioral control* penggunaan Shopee Paylater oleh Generasi Z di Kota Medan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* terhadap 96 responden Generasi Z di Kota Medan. Data dikumpulkan melalui kuesioner berbasis skala likert dengan dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial gaya hidup dan persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap *perceived behavioral control*. Namun, secara simultan kedua variabel tersebut berpengaruh positif dengan tingkat pengaruh yang relatif kecil. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,139 menunjukkan bahwa 13,9% variasi *perceived behavioral control* dapat dijelaskan oleh gaya hidup dan persepsi risiko, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

The development of e-commerce and financial technology has encouraged the use of Buy Now, Pay Later (BNPL) services, one of which is Shopee Paylater, widely used by Generation Z. This study aims to examine the influence of lifestyle and risk perception on perceived behavioral control in the use of Shopee Paylater among Generation Z in Medan City. This study employs a quantitative approach with an associative research method. Non-probability sampling using a purposive sampling technique was applied to 96 Generation Z respondents in Medan City. Data were collected using a Likert-scale questionnaire and analyzed through multiple linear regression analysis. The results show that, partially, lifestyle and risk perception do not have a significant effect on perceived behavioral control. However, simultaneously, both variables have a positive effect with a relatively small effect size. The coefficient of determination (R^2) of 0.139 indicates that 13.9% of the variation in perceived behavioral control is explained by lifestyle and risk perception, while the remaining variance is influenced by other factors beyond this study..



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

How to Cite: Lydia Lasroita Simorangkir, et al. (2026). Pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi Risiko Terhadap *Perceived Behavioral Control* Penggunaan Shopee Paylater oleh Generasi Z di Kota Medan, 4(3). <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.5472>

PENDAHULUAN

Era digital telah mengubah cara hidup masyarakat global secara mendasar. Dalam konteks ini, *e-commerce* menjadi salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan paling pesat. Dilansir dari Mekari Qontak (2025), Shopee menduduki tingkat *marketplace* online dengan jumlah pengunjung terbanyak, diikuti oleh Tokopedia, Lazada, Blibli, dan Bukalapak. Perkembangan *e-commerce* turut mendorong inovasi di sektor keuangan digital atau *financial technology (fintech)*. Salah satu inovasi dalam sektor *fintech* yang mendapatkan perhatian adalah layanan *Buy Now, Pay Later (BNPL)*. Pertumbuhan layanan

BNPL menunjukkan bahwa konsumen semakin mencari alternatif pembayaran yang fleksibel dan mudah diakses. Layanan ini memberikan kemudahan dalam pengelolaan keuangan dan menjadi populer di kalangan generasi muda, termasuk Generasi Z. Generasi Z merupakan kelompok individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 (Puspita, 2025:15).

Berdasarkan riset Umsida (2024), pengguna *paylater* didominasi oleh generasi muda berusia 17–26 tahun yang cenderung menggunakan layanan tersebut untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup, meskipun hal tersebut memerlukan keseimbangan dengan tingkat pendapatan. *Shopee Paylater* menjadi layanan *paylater* yang paling banyak diketahui dan digunakan. Riset Populix (2023) menunjukkan bahwa 92% responden mengetahui layanan *Shopee paylater* dan 76% di antaranya merupakan pengguna aktif. Penelitian Utami *et al* (2024) mengungkapkan bahwa tingginya minat penggunaan *Shopee Paylater* salah satunya dipengaruhi oleh rendahnya persepsi risiko. Hal ini ditunjukkan oleh temuan bahwa sebesar 83% mahasiswa yang merupakan bagian dari Generasi Z di Indonesia menyetujui bahwa *Shopee Paylater* memiliki tingkat risiko yang rendah.

Dalam kajian perilaku konsumen, penggunaan layanan *paylater* dapat dipahami sebagai bagian dari proses pengambilan keputusan konsumsi. Perilaku konsumen didefinisikan sebagai studi yang mempelajari bagaimana konsumen melakukan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta evaluasi terhadap produk atau jasa guna memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka, yang selanjutnya menjadi dasar dalam pengambilan keputusan pembelian (Andrian *et al.*, 2022). Dalam konteks layanan keuangan digital, proses tersebut menjadi semakin kompleks karena melibatkan pertimbangan rasional maupun subjektif dari konsumen.

Salah satu faktor yang memengaruhi perilaku konsumsi adalah gaya hidup. Gaya hidup mencerminkan pola perilaku individu yang terbentuk melalui interaksi dengan lingkungan sosial dan budaya, serta keputusan yang diambil dalam kehidupan sehari-hari (Solomon *et al.*, 2019:24). Selain itu, gaya hidup juga tercermin dari preferensi, kebiasaan, dan sikap individu terhadap berbagai aspek kehidupan, yang sering kali dipengaruhi oleh faktor emosional dan psikologis yang terintegrasi dalam perilaku konsumen (Saputra & Sudarwanto, 2023). Dalam penggunaan layanan *paylater*, gaya hidup berperan dalam membentuk kecenderungan konsumsi, khususnya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan yang bersifat konsumtif. Selain gaya hidup, persepsi risiko turut memengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan layanan keuangan digital. Persepsi risiko berperan penting dalam perilaku manusia, terutama dalam pengambilan keputusan pada kondisi yang tidak pasti, di mana individu dapat memberikan respon yang berbeda meskipun dihadapkan pada situasi yang sama (Fahmi, 2021). Perbedaan tersebut bergantung pada cara individu memahami risiko serta dampak yang mungkin timbul dari suatu keputusan, termasuk risiko finansial dalam penggunaan layanan *paylater*.

Persepsi individu dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal. Menurut Sobur (Siregar *et al.*, 2020:14-18), faktor internal meliputi kebutuhan psikologis, latar belakang, pengalaman, kepribadian, sikap dan kepercayaan umum serta pencerminan diri. Sementara itu, faktor eksternal mencakup intensitas, ukuran, kontras, gerakan, ulangan, keakraban serta unsur kebaruan. Untuk memahami perilaku penggunaan *Shopee Paylater* secara lebih komprehensif, penelitian ini mengacu pada *Theory of Planned Behavior* (TPB). Teori ini digunakan untuk memprediksi niat individu dalam melakukan suatu perilaku pada waktu dan kondisi tertentu, serta menjelaskan alasan seseorang memilih atau tidak memilih suatu produk atau layanan untuk digunakan (Siregar & Nasution, 2023:45).

Salah satu konstruk utama dalam TPB adalah *perceived behavioral control* (PBC), yang merujuk pada tingkat kesediaan dan kemampuan individu untuk berpartisipasi dalam suatu perilaku tertentu (Hasbi *et al.*, 2023:26). *Perceived behavioral control* dipengaruhi oleh *control beliefs*, yaitu keyakinan individu mengenai adanya faktor-faktor yang mendukung atau menghambat perilaku tersebut. Keyakinan ini terbentuk dari pengalaman sebelumnya, informasi yang diperoleh melalui observasi, serta pengetahuan yang dimiliki individu maupun orang lain, yang secara keseluruhan memengaruhi persepsi individu terhadap tingkat kemudahan atau kesulitan dalam melakukan suatu perilaku (Safitri & Lestari, 2024:8). Oleh karena itu, gaya hidup dan persepsi risiko dipandang sebagai faktor yang relevan dalam membentuk *perceived behavioral control* Generasi Z dalam penggunaan *Shopee Paylater*.

Pada tingkat daerah, Kota Medan menunjukkan lonjakan signifikan dalam penggunaan layanan *paylater*. Nilai transaksi *paylater* meningkat sebesar 87,34% pada periode 2022–2024, dengan jumlah pengguna dan transaksi masing-masing meningkat sebesar 57,85% dan 57,89%. Fenomena ini sejalan dengan profil pengguna nasional, di mana Generasi Z menyumbang 26,5% dari total pengguna dan motif

penggunaan banyak berkaitan dengan gaya hidup serta fleksibilitas pembayaran. Namun demikian, sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada kota-kota besar selain Medan, sehingga bukti empiris yang secara spesifik mengkaji Generasi Z di Kota Medan masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup dan persepsi risiko terhadap *perceived behavioral control* penggunaan Shopee *Paylater* oleh Generasi Z di Kota Medan.

METODE

Bentuk penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Penelitian ini dilaksanakan di Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara. Waktu penelitian dilakukan selama periode Agustus hingga September 2025. Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z di Kota Medan yang menggunakan layanan Shopee *Paylater*. Jumlah populasi Generasi Z yang menggunakan layanan Shopee *Paylater* tidak diketahui karena belum pernah dilakukan pengukuran. Jenis sampel yang digunakan adalah non-probability sampling dimana peneliti tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi yang dipilih menjadi sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik purposive sampling yang berarti hanya individu yang memenuhi syarat atau kriteria tertentu yang akan dijadikan responden.

Penelitian ini menggunakan dua jenis teknik pengumpulan data, yaitu data primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono (2023:194), sumber primer adalah sumber data yang langsung diberikan kepada pengumpul data. Teknik ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yaitu memberi seperangkat pernyataan kepada responden yakni Generasi Z di Kota Medan yang menggunakan atau memiliki pengalaman dengan Shopee *Paylater*. Sumber sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Teknik ini diperoleh dari berbagai literatur akademis, penelitian terdahulu, laporan statistik dan sumber relevan lainnya. Penelitian ini menggunakan skala likert sebagai skala pengukuran variabel untuk mengetahui jumlah nilai dari setiap pernyataan. Teknik analisis data yang digunakan yaitu, uji instrumen (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas), analisis regresi linear berganda, uji hipotesis (uji T, uji F, uji koefisien determinasi).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, responden dalam penelitian ini didominasi oleh jenis kelamin perempuan sebanyak 65,6% dan jenis kelamin laki-laki sebanyak 34,4%. Berdasarkan kategori usia responden terbanyak berada pada rentang usia 21-23 tahun, menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berada pada rentang usia dewasa muda yang umumnya sudah aktif menggunakan layanan keuangan digital untuk berbagai kebutuhan sehari-hari. Kemudian pada kategori penghasilan mayoritas responden memiliki penghasilan atau besaran saku bulanan pada rentang Rp 1.000.000 – Rp 2.500.000, sedangkan pada kategori frekuensi penggunaan didominasi pada kelompok 3-5 kali (84,4%).

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji validitas merupakan uji instrument yang dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner. Pada penelitian ini, peneliti menyebar kuesioner kepada 96 responden. Untuk mengetahui validitas setiap item pernyataan dalam penelitian ini dapat dilihat berdasarkan kolom r_{hitung} dan r_{tabel} . Apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pernyataan tersebut dinyatakan valid. Nilai r_{tabel} pada $\alpha = 0,05$ dengan derajat bebas $df = n-2 = 94$ pada uji dua arah adalah 0,2006. Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dilakukan seluruh item pada variabel gaya hidup (X_1), persepsi risiko (X_2), dan *perceived behavioral control* (Y) menunjukkan pernyataan memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,2006) sehingga seluruhnya dinyatakan valid.

Uji reliabilitas adalah uji yang dilakukan oleh peneliti untuk mengukur sejauh mana pernyataan dalam instrumen penelitian dan jawaban yang diberikan oleh responden dapat dipercaya dan konsisten. Suatu variabel dapat dianggap reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh untuk variabel gaya hidup (X_1), persepsi risiko (X_2) dan *perceived behavioral control* (Y) lebih besar dari 0,6 menandakan bahwa instrumen yang digunakan dapat memberikan hasil stabil dan dapat diandalkan dalam penelitian. Berdasarkan hasil hitung, nilai *Cronbach's Alpha* yang terdapat pada setiap variabel memiliki nilai >

0,600. Oleh karena itu, seluruh pernyataan dalam instrumen dinyatakan dapat diandalkan serta digunakan dalam penelitian.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 1. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.56835807
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.070
	Negative	-.080
Test Statistic		.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.149 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Hasil uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* diatas menunjukkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,149 > 0,05 artinya data residual terdistribusi secara normal. Dengan demikian, asumsi normalitas residual dalam model regresi terpenuhi sehingga model dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
		B	Std Error	Beta		
1	(Constant)	9.586	2.127		4.507	.000
	Gaya Hidup	.099	.094	.141	1.046	.298
	Persepsi Risiko	.132	.068	.260	1.925	.057
Dependent Variable: Perceived Behavioral Control						

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda yang diperoleh, nilai konstanta sebesar 9,586 dengan signifikansi 0,000 (< 0,05) menunjukkan bahwa apabila variabel gaya hidup dan persepsi risiko dianggap konstan atau tidak mengalami perubahan, maka nilai *perceived behavioral control* adalah sebesar 9,586 satuan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen lain di luar model penelitian juga berperan dalam memengaruhi *perceived behavioral control*. Koefisien regresi Gaya Hidup sebesar 0,099 dengan nilai signifikansi 0,298 > 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa variabel gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap *perceived behavioral control*. Koefisien regresi persepsi risiko dengan nilai signifikansi 0,057 > 0,05 namun mendekati 0,05). Hasil ini menunjukkan bahwa secara statistik variabel persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan pada taraf signifikansi 5%, tetapi berada pada batas yang cukup dekat dengan nilai signifikansi.

Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Tabel 3. Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
		B	Std Error	Beta		
1	(Constant)	9.586	2.127		4.507	.000
	Gaya Hidup	.099	.094	.141	1.046	.298

Persepsi Risiko	.132	.068	.260	1.925	.057
Dependent Variable: Perceived Behavioral Control					

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel gaya hidup dan persepsi risiko secara parsial terhadap *perceived behavioral control* secara signifikan atau tidak. Tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 5% atau sebesar 0,05 (*two tailed test*) dengan derajat bebas $df = n - k = 93$, maka dapat diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,986.

Hasil pengujian untuk variabel gaya hidup terhadap *perceived behavioral control* diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 1.046, di mana nilai t_{hitung} lebih kecil daripada nilai t_{tabel} yaitu sebesar 1,986 ($1.046 < 1,986$), dengan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,298 > 0,05$) dan koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,099. Hal ini menunjukkan bahwa variabel gaya hidup tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *perceived behavioral control*. Kemudian hasil pengujian menggunakan program untuk variabel persepsi risiko diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 1,925, yang berarti lebih kecil daripada nilai t_{tabel} sebesar 1,986 ($1,925 < 1,986$), dengan nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 ($0,057 > 0,05$) dan koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,132. Hal ini menunjukkan bahwa variabel persepsi risiko tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *perceived behavioral control*.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 4. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	37.814	2	18.907	7.525	.001 ^b
	Residual	233.676	93	2.513		
	Total	271.490	95			
Dependent Variable: Perceived Behavioral Control						
Predictors: (Constant), Persepsi Risiko, Gaya Hidup						

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka variabel bebas (X) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y). Berdasarkan Tabel 4, dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} yang diperoleh sebesar 7,525 yang berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu $7,525 > 3,09$ atau berdasarkan nilai sig. yaitu $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut berarti bahwa variabel bebas yakni gaya hidup (X_1) dan persepsi risiko (X_2) berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat yaitu *perceived behavioral control* (Y).

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.373 ^a	.139	.121	1.585
Predictors: (Constant), Persepsi Risiko, Gaya Hidup				

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Model regresi berganda yang melibatkan variabel gaya hidup dan persepsi risiko hanya mampu menjelaskan 13,9% variasi *perceived behavioral control* (Y), sedangkan sisanya 86,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat faktor-faktor eksternal lain yang lebih dominan memengaruhi *perceived behavioral control* pada penggunaan Shopee *Paylater* oleh Generasi Z di Kota Medan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data penelitian mengenai “Pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi Risiko terhadap *Perceived Behavioral Control* Penggunaan Shopee *Paylater* oleh Generasi Z di Kota Medan”, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Gaya Hidup (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Perceived Behavioral Control* (Y). Hal ini mengindikasikan bahwa pola hidup konsumtif maupun hemat yang dimiliki oleh responden tidak secara langsung menentukan keyakinan mereka dalam mengendalikan penggunaan Shopee *Paylater*. Persepsi Risiko (X_2) tidak berpengaruh signifikan

terhadap *Perceived Behavioral Control* (Y). Hal ini mengindikasikan bahwa kesadaran responden terhadap potensi risiko finansial, seperti keterlambatan pembayaran atau beban bunga, tidak serta-merta memengaruhi kemampuan mereka dalam mengontrol penggunaan *Shopee Paylater*.

Meskipun secara parsial kedua variabel tidak berpengaruh signifikan, hasil uji simultan menunjukkan bahwa Gaya Hidup (X_1) dan Persepsi Risiko (X_2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *Perceived Behavioral Control* (Y). Hal ini menandakan bahwa kombinasi antara gaya hidup dan persepsi risiko mampu memberikan kontribusi terhadap keyakinan responden dalam mengendalikan penggunaan *Shopee Paylater*, meskipun pengaruhnya relatif kecil dibandingkan faktor-faktor lain di luar penelitian ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang berkontribusi selama proses penelitian ini. Secara khusus, penulis menyampaikan terima kasih kepada dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran memberikan masukan dan saran-saran konstruktif, membuka wawasan penulis hingga tahap penyusunan artikel ini. Ucapan terimakasih juga ditujukan kepada keluarga dan sahabat penulis yang senantiasa dengan penuh kasih memberikan doa dan motivasi hingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

REFERENSI

- Andrian, Indra, W. P. C., Jumawan., & Fadhli, N. M. (2022). *Perilaku Konsumen*. Malang: Rena Cipta Mandiri.
- Fahmi, Z. (2021). "*Pengaruh Overconfidence, Experience dan Risk Perception Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Individu di Kota Makassar*". Skripsi. Tidak Diterbitkan. Makassar.
- GoodStats. (2023). *Marketplace pilihan masyarakat Indonesia 2023*. GoodStats, from <https://data.goodstats.id>.
- Hasbi., Aprilia, T., Ma'wa, M., & Siregar, S. (2023). Adoption of Halal Cosmetics: Extending The Theory of Planned Behavior With Halal Literacy as A Moderation Variable. *Journal of Halal Product and Research (JHPR)*.
- Puspita, D. (2025). *Education in Digital Age: Pendidikan di Era Digital*. EduGorilla Community Pvt. Ltd.
- Safitri, W., & Lestari, A. (2024). Pengaruh Peranan Sikap, Norma Subjektif, dan Perceived Behavior Control Terhadap Niat Mengunjungi Kembali Studi Kasus pada Wisata Central Park Meikarta Cikarang. *Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*. 5(4).
- Saputra, V. R. J., & Sudarwanto, T. (2023). Pengaruh gaya hidup, kepercayaan, dan kemudahan terhadap keputusan pembelian menggunakan *Shopee Paylater* masyarakat Kota Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(2).
- Siregar, O. M., & Nasution, M. P. (2023). *Perilaku Konsumen Offline & Online*. Medan: PT Dewangga Energi Internasional.
- Siregar, O. M., Selwendri, Maulidina, & Abdillah, M. B. (2020). *Persepsi Masyarakat Terhadap Bank Syariah*. Medan: Puspantara.
- Solomon, M. R., Bamossy, G. J., Askegaard, S., & Hogg, M. K. (2019). *Consumer Behavior: A European Perspective* (7th ed.). Pearson Education.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Umsida (2024). *Paylater: Perangkat atau peluang? Ini kata studi*. Diakses 10 Maret 2025, dari <https://umsida.ac.id/Paylater-perangkat-atau-peluang-ini-katastudi/MenurutrisetinIpenggunaPaylater-merupakanpelajar>
- Utami, E. Y., Hendrayani, E., Nitawati, E. Y., Nuraini, L., & Kalalo, R. R. (2024). Eksplorasi Penggunaan E-wallet Shopeepay Pada Mahasiswa di Inndonesia. *Jurnal Ilmiah Edunomika*. Vol. 08, No. 02.