

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN PADA MINAT PENGGUNAAN SHOPEE
PAYLATER (SPAYLATER) (STUDI KASUS MAHASISWA PROGRAM STUDI
AKUNTANSI UNIVERSITAS MERCU BUANA YOGYAKARTA ANGKATAN 2020**

Oleh

Nur Naning Rum¹, Ratri Paramitalaksmi²

^{1,2}Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Email: [1nurnaningrum2002@gmail.com](mailto:nurnaningrum2002@gmail.com), [2ratri@mercubuana-yogya.ac.id](mailto:ratri@mercubuana-yogya.ac.id)

Abstrak

Penelitian ini mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Mercu Buana Yogyakarta angkatan 2020 pada minat penggunaan fitur SPayLater di aplikasi Shopee. Faktor-faktor yang diteliti meliputi literasi keuangan, persepsi manfaat, dan persepsi pendapatan. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda, dengan pengumpulan data melalui survei kuesioner kepada 125 responden. Hasil analisis menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak memiliki pengaruh signifikan pada minat penggunaan SPayLater, sementara persepsi manfaat dan persepsi pendapatan memiliki pengaruh yang signifikan pada minat penggunaan SPayLater. Implikasi dari penelitian ini adalah pentingnya memahami manfaat layanan keuangan dan persepsi pendapatan dalam mendorong minat menggunakan fitur fintech seperti SPayLater.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Persepsi Manfaat, Persepsi Pendapatan

PENDAHULUAN

Semenjak tahun 1990 hingga tahun 2000, peradaban manusia telah memasuki era digital. Era digital merupakan periode waktu saat teknologi digital menjadi lebih dominan dalam keseharian manusia. Fenomena ini dapat dilihat dari perkembangan teknologi yang semakin pesat, salah satunya adalah tingkat penetrasi internet di Indonesia. Berdasarkan data yang dirilis oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2023, Indonesia mencatat tingkat penetrasi internet sebesar 78,19%, yang setara dengan 215.626.156 individu dari jumlah total penduduk Indonesia yang berjumlah 275.773.901 jiwa [1]. Faktor utama dari peningkatan penetrasi internet ini ialah penggunaan internet yang kian menjadi kebutuhan masyarakat. Hal inilah yang memicu perubahan gaya hidup masyarakat yang signifikan, ditambah lagi dengan adanya fasilitas-fasilitas pelayanan pada gadget yang mudah diakses dan dapat meringankan aktivitas

sehari-hari, diantaranya yakni digitalisasi pembayaran.

Digitalisasi pembayaran yang juga dikenal sebagai financial technology (fintech), telah memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi keuangan dengan cepat dan efisien tanpa memandang jarak dan waktu. Perkembangan fintech yang pesat di seluruh dunia juga telah merambah ke Indonesia. Meskipun perkembangannya di Indonesia relatif lambat hingga tahun 2015, industri fintech di Indonesia telah berkembang pesat. Hal ini dibuktikan dengan munculnya beberapa sektor yang telah mendominasi pasar fintech di Indonesia, salah satunya adalah sektor Payment. Fintech Payment pun kini telah mengembangkan suatu inovasi baru yang belum terlalu lama muncul yakni PayLater.

PayLater adalah layanan yang ditawarkan oleh beberapa penyedia fintech atau bank, yang memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran dalam jangka waktu tertentu. Layanan sistem Paylater ini erat kaitannya

dengan transaksi e-commerce, dan salah satu platform yang menawarkan layanan ini adalah Shopee. Shopee, sebagai platform e-commerce terkemuka di Asia Tenggara, telah memperkenalkan fitur keuangan bernama SPayLater. Fitur ini memberikan kemudahan bagi pengguna untuk melakukan pembayaran secara fleksibel dengan sistem angsuran, dengan bunga minimal. Keberhasilan fitur ini tercermin dalam hasil survei Daily Social Fintech Report pada tahun 2021, yang menunjukkan bahwa SPayLater adalah salah satu fitur yang paling banyak digunakan, dengan persentase pengguna mencapai 78,4% [2].

Persentase pengguna, yang mencapai 78,4%, menunjukkan adopsi yang signifikan terhadap fitur SPayLater di kalangan pengguna aplikasi Shopee. Hal ini menunjukkan bahwa banyak pengguna telah secara aktif mengakses dan memanfaatkan layanan tersebut. Keterlibatan pengguna dengan layanan ini erat kaitannya dengan literasi keuangan, yang memainkan peran penting dalam pemanfaatan SPayLater di Indonesia. Dengan kemampuan untuk memahami dan mengelola keuangan secara efisien, pengguna dengan tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung lebih bijaksana dalam memanfaatkan layanan ini. Mereka dapat memahami risiko dan biaya yang terkait dengan penggunaan kredit, serta mengelola utang secara efektif.

Literasi keuangan memainkan peran vital dalam membentuk minat untuk menggunakan SPayLater. Minat dalam memanfaatkan fitur SPayLater muncul secara alami dari pengguna aplikasi Shopee, di mana mereka merasa tertarik dengan kemungkinan pembayaran yang berjangka tanpa tekanan dari pihak lain. Pengguna percaya bahwa fitur SPayLater memberikan manfaat signifikan bagi mereka dalam pengalaman berbelanja online mereka. Mahasiswa, dengan tingkat intelektual yang tinggi dan keterampilan teknologi digital, sering menjadi pengguna aktif teknologi digital seperti aplikasi Shopee. Dalam konteks ini,

penelitian berfokus pada mahasiswa Program Studi Akuntansi di Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Angkatan 2020, karena hubungan mereka yang erat dengan dunia keuangan dan ekonomi. Literasi keuangan diharapkan dapat membantu mahasiswa, terutama generasi muda, dalam mengelola keuangan pribadi mereka [3].

Mahasiswa dengan pemahaman yang baik tentang manajemen keuangan cenderung mengakui manfaat yang ditawarkan oleh fitur tersebut dan dapat mengambil keputusan yang lebih cerdas mengenai penggunaannya. Selain itu, persepsi positif terhadap manfaat SPayLater juga dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangan dari mahasiswa. Mereka yang memiliki pemahaman yang mendalam tentang keuangan lebih cenderung melihat fitur ini sebagai solusi yang berguna untuk mengelola pembayaran secara fleksibel.

Tingkat literasi keuangan dan persepsi pendapatan juga berkontribusi terhadap pembentukan minat untuk menggunakan SPayLater. Mahasiswa dengan persepsi yang realistis terhadap pendapatan mereka dan kemampuan untuk mengelola keuangan secara efektif akan lebih cenderung untuk menggunakan fitur ini karena mereka dapat menyesuaikan penggunaannya dengan situasi keuangan mereka yang sebenarnya. Oleh karena itu, minat untuk menggunakan SPayLater secara langsung dipengaruhi oleh pemahaman dan persepsi mahasiswa terhadap keuangan pribadi mereka.

LANDASAN TEORI

Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan suatu keterampilan dalam mengambil keputusan keuangan dengan beberapa pertimbangan, dilakukan dengan cara membaca, memahami, mengevaluasi, lalu mengelola, serta bertujuan menjaga kondisi keuangan agar tetap aman, stabil, dan sejahtera. Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 76/POJK.07/2016 tentang Peningkatan Literasi

dan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan bagi Konsumen dan/atau Masyarakat, mendefinisikan literasi keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan, yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan [4]. Aspek-aspek yang tercakup dalam literasi keuangan mencakup pengetahuan tentang konsep keuangan, kemampuan untuk memahami konsep keuangan, keandalan dalam mengelola keuangan pribadi atau perusahaan, dan kemampuan untuk mengambil keputusan pada waktu tertentu [5].

Setiap individu pasti memiliki tingkat literasi keuangan yang berbeda. Kepemilikan aset, baik jangka pendek maupun jangka panjang, oleh masing-masing individu tanpa keraguan memiliki perbedaan yang signifikan karena tingkat literasi keuangan yang bervariasi ini. Hal ini, dapat dilihat dengan jelas bahwa tingkat literasi keuangan yang bervariasi ini disebabkan oleh beberapa faktor personal.

Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (2019) menyatakan bahwa ada lima indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat literasi keuangan. Indikator-indikator ini meliputi pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan terhadap lembaga keuangan [6]. Selain itu, sikap dan perilaku keuangan juga diukur untuk mengevaluasi upaya-upaya untuk meningkatkan kemampuan individu dalam mengambil keputusan dan mengelola keuangan dengan baik.

Persepsi Manfaat

Persepsi manfaat merupakan tindakan seseorang yang mempercayai bahwa sejauh manakah teknologi akan memberikannya peningkatan kinerja. Jika pengguna merasa lebih yakin tentang manfaat produk atau layanan dalam meningkatkan kinerja mereka, ada kemungkinan bahwa mereka akan menggunakannya. Namun, jika pengguna tidak percaya bahwa produk atau layanan akan membantu mereka meningkatkan kinerja

mereka, ada kemungkinan bahwa mereka tidak akan menggunakannya. Ada beberapa indikator untuk mengukur manfaat yang dirasakan, termasuk menyelesaikan tugas lebih cepat, memudahkan pekerjaan, meningkatkan kinerja, dan meningkatkan produktivitas.

Persepsi Pendapatan

Persepsi pendapatan adalah penilaian seseorang tentang besarnya pendapatan yang dimilikinya atau yang dapat diperolehnya dimasa depan. Studi riset yang dikemukakan oleh Rahardyan (2021) menemukan fakta bahwa pengguna PayLater sudah cukup bijak dalam memanfaatkan fitur pembayaran digital. Sebanyak 82,97% responden mengaku memanfaatkan PayLater untuk membeli kebutuhan mendesak, 43,32% untuk membeli barang diluar pengeluaran bulanan, 39,94% untuk belanja dengan cicilan pendek, dan 25,33% untuk menengatasi dan mengelola pengeluaran bulanan [7]. Hal ini berarti kondisi keuangan atau pendapatan dapat memicu penggunaan layanan PayLater.

SPayLater

SPayLater merupakan salah satu fitur keuangan hasil dari pengembangan fintech dengan cara kerja memberikan pinjaman bagi pengguna aplikasi Shopee serta memiliki bunga yang minim. Sejalan dengan definisi tersebut SPayLater hanya bisa diaktifkan melalui aplikasi Shopee. Cara mengaktifkannya pun terbilang sangat mudah. Pengguna hanya perlu menyiapkan KTP, lalu mengikuti intruksi yang diberikan. Jika pihak Shopee telah menyetujui maka pengguna akan mendapatkan notifikasi dan siap untuk menggunakan layanan SPayLater.

Namun pada dasarnya tidak semua pengguna aplikasi Shopee dapat mengaktifkan layanan SPayLater. Ada syarat-syarat tertentu yang harus dilakukan oleh pengguna aplikasi Shopee untuk mengaktifkan layanan SPayLater, diantaranya akun Shopee harus telah terdaftar dan terverifikasi, akun Shopee juga telah digunakan dalam jangka waktu tiga bulan, selain itu akun Shopee juga harus sering

digunakan untuk bertransaksi, dan yang terakhir mengupdate aplikasi Shopee terbaru.

Disisi lain, pengguna juga akan diberikan pilihan waktu tenor pembayaran cicilan dimulai dari 3 bulan hingga 12 bulan. Jika pengguna telat membayar, maka pengguna akan mendapatkan denda serta dapat mengakibatkan pembekuan akun Shopee.

Hipotesis

H1 : Literasi keuangan berpengaruh signifikan pada minat penggunaan SPaylater.

H2 : Persepsi manfaat berpengaruh signifikan pada minat penggunaan SPayLater.

H3 : Persepsi pendapatan berpengaruh signifikan pada minat penggunaan SPayLater.

METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian yang diterapkan dalam studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang berfokus pada pengumpulan data dalam bentuk numerik untuk analisis. Penelitian dilakukan di Universitas Mercu Buana Yogyakarta, dengan populasi terdiri dari mahasiswa Program Studi Akuntansi angkatan 2020. Sampel sebanyak 125 individu dipilih melalui metode convenience sampling. Data primer dikumpulkan melalui distribusi kuesioner online kepada responden yang memenuhi kriteria tertentu. Definisi operasional variabel dan instrumen penelitian dikembangkan dengan hati-hati untuk memastikan pengukuran yang valid dan reliabel. Analisis data melibatkan statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik data, serta uji validitas dan reliabilitas untuk kuesioner. Sebelum melakukan regresi linear berganda, dilakukan uji asumsi klasik untuk memastikan asumsi dasar terpenuhi. Selanjutnya, regresi linear berganda digunakan untuk menilai hubungan antara variabel dependen dan variabel independen yang diteliti. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t untuk menguji pengaruh signifikan variabel independen terhadap variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Tabel 1. Statistik Deskriptif

	N	Min	Max	Mean	Std. Dev
Literasi keuangan	125	21	35	28.30	3.389
Persepsi Manfaat	125	5	20	14.94	2.836
Persepsi Pendapatan	125	11	25	20.47	3.447
Minat Penggunaan SPayLater	125	8	30	20.86	4.555
Valid N (listwise)	125				

Sumber Data : diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif pada tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa setiap variabel mempunyai nilai yang berbeda.

Variabel literasi keuangan mempunyai nilai minimum 21, nilai maximum 35, serta nilai rata-rata 28.30 dengan standar deviasiasi sebesar 3.389.

Variabel persepsi manfaat mempunyai nilai minimum 5, nilai maximum 20, serta nilai rata-rata 14.94 dengan standar deviasiasi sebesar 2.836.

Variabel persepsi pendapatan mempunyai nilai minimum 11, nilai maximum 25, serta nilai rata-rata 20.47 dengan standar deviasiasi sebesar 3.447.

Variabel minat penggunaan SPayLater mempunyai nilai minimum 8, nilai maximum 30, serta nilai rata-rata 20.86 dengan standar deviasiasi sebesar 4.555.

Uji Validitas

Tabel 2. Uji Validitas

Variabel	Inst. Pen	rH	rT	Ket.
	X1.1	0,693	0,176	Valid
	X1.2	0,567	0,176	Valid
	X1.3	0,526	0,176	Valid
	X1.4	0,644	0,176	Valid

Literasi Keuangan (X1)	X1.5	0,708	0,176	Valid
	X1.6	0,697	0,176	Valid
	X1.7	0,600	0,176	Valid
Persepsi Manfaat (X2)	X2.1	0,739	0,176	Valid
	X2.2	0,763	0,176	Valid
	X2.3	0,831	0,176	Valid
	X2.4	0,841	0,176	Valid
Persepsi Pendapatan (X3)	X3.1	0,696	0,176	Valid
	X3.2	0,889	0,176	Valid
	X3.3	0,853	0,176	Valid
	X3.4	0,682	0,176	Valid
	X3.5	0,808	0,176	Valid
Minat Penggunaan SPayLater (Y)	Y1	0,743	0,176	Valid
	Y2	0,853	0,176	Valid
	Y3	0,896	0,176	Valid
	Y4	0,827	0,176	Valid
	Y5	0,795	0,176	Valid
	Y6	0,732	0,176	Valid

Sumber Data : diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa semua instrumen penelitian yang diuji dinyatakan valid karena nilai $rH > rT$ pada signifikansi 5%, sehingga peneliti tidak perlu melakukan eliminasi terhadap tiap butir instrumen penelitian.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Batas Reliabel	Ket.
Literasi Keuangan (X1)	0,733	0,60	Reliabel
Persepsi Manfaat (X2)	0,802	0,60	Reliabel
Persepsi Pendapatan (X3)	0,845	0,60	Reliabel
Minat Penggunaan SPayLater (Y)	0,893	0,60	Reliabel

Sumber Data : diolah, 2023

Berdasarkan tabel 3. diketahui bahwa nilai masing-masing variabel $> 0,60$ sehingga seluruh data dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 4. Uji Normalitas

	Unstandar dized Residual	
N	125	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.0559256
	Absolute	.072
Most Extreme Differences	Positive	.072
	Negative	-.069
Kolmogorov-Smirnov Z	.808	
Asymp. Sig. (2-tailed)	.531	

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber Data : diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji normalitas yang dilakukan, data pada tabel tersebut telah

terbukti mengikuti distribusi normal dengan tingkat kepercayaan 5%. Uji statistik One-Sample Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa nilai ASymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,531 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan

bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 5. Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 Literasi keuangan	-.035	.110	-.026	-.315	.753	.552	1.812
Persepsi Manfaat	.852	.120	.530	7.106	.000	.668	1.498
Persepsi Pendapatan	.467	.101	.353	4.616	.000	.635	1.574

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan SPayLater

Sumber Data : diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas, ditemukan bahwa nilai Tolerance pada variabel literasi keuangan adalah $0.552 > 0.1$ dan nilai VIF sebesar $1.812 < 10$. Hal ini menunjukkan bahwa pada variabel literasi keuangantidak terdapat masalah multikolinearitas. Nilai Tolerance pada variabel persepsi manfaat adalah $0.668 > 0.1$. dan nilai VIF sebesar $1.498 < 10$. Hal ini menunjukkan bahwa pada variabel persepsi

manfaat tidak terdapat masalah multikolinearitas, serta nilai Tolerance pada variabel persepsi pendapatan adalah $0.635 > 0.1$ dan nilai VIF sebesar $1.574 < 10$. Hal ini menunjukkan bahwa pada variabel persepsi pendapatan tidak terdapat masalah multikolinearitas.

Uji Heterokedastisitas

Tabel 6. Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.711	2.481		-.286	.775
1 Literasi keuangan	.086	.116	.090	.743	.459
Persepsi Manfaat	-.116	.126	-.101	-.925	.357
Persepsi Pendapatan	.136	.106	.144	1.284	.201

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber Data : diolah, 2023

Berdasarkan data diatas, dapat disimpulkan bahwa variabel literasi keuangan, persepsi manfaat, dan persepsi pendapatan, tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, karena nilai Sig. lebih besar dari 0,05.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 7. Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.432	2.369		-.182	.856
1 Literasi keuangan	-.035	.110	-.026	-.315	.753
Persepsi Manfaat	.852	.120	.530	7.106	.000
Persepsi Pendapatan	.467	.101	.353	4.616	.000

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan SPayLater

Sumber Data : diolah, 2023

$$PERSAMAAN REGRESI Y = -0,432 + (-0,035) X1 + 0,852 X2 + 0,467 X3$$

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji t. Uji t digunakan untuk menguji hipotesis secara parsial dan menentukan seberapa besar pengaruh individu dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut adalah hasil interpretasi dari hipotesis penelitian (H1, H2, dan H3):

Literasi keuangan tidak berpengaruh pada minat penggunaan SPayLater (H1)

Berdasarkan analisis data pada tabel 7. diperoleh hasil bahwa nilai signifikansi untuk variabel literasi keuangan (X1) sebesar 0,753 > 0,05. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa

literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan pada minat penggunaan SPayLater.

Persepsi manfaat berpengaruh pada minat penggunaan SPayLater (H2)

Berdasarkan analisis data pada tabel 5. diperoleh hasil bahwa nilai signifikansi untuk variabel persepsi manfaat (X1) sebesar 0,000 < 0,05. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh signifikan pada minat penggunaan SPayLater.

Persepsi pendapatan berpengaruh pada minat penggunaan SPaylater (H3)

Berdasarkan analisis data pada tabel 5. diperoleh hasil bahwa nilai signifikansi untuk variabel persepsi manfaat (X1) sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa persepsi pendapatan berpengaruh signifikan pada minat penggunaan SPayLater.

PENUTUP

Kesimpulan

Temuan penelitian tentang pengaruh literasi keuangan terhadap minat penggunaan SPayLater pada mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Mercu Buana Yogyakarta Angkatan 2020 disimpulkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan SPayLater, sementara persepsi manfaat dan persepsi pendapatan memiliki pengaruh yang signifikan.

Saran

Saran dari temuan penelitian diatas adalah pentingnya meningkatkan pemahaman mahasiswa tentang konsep-konsep keuangan dan mengkomunikasikan manfaat dari layanan keuangan seperti SPayLater. Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan, termasuk ukuran sampel yang terbatas dari hanya satu program studi dan metode pengumpulan data yang terbatas. Oleh karena itu, penelitian masa depan dapat memperluas cakupan variabel dan metode penelitian untuk lebih memahami hubungan antara literasi keuangan dan niat menggunakan layanan keuangan di kalangan mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] APJII. (2023). *Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang*. <https://apjii.or.id>. [Diakses pada 10 April 2023].
- [2] Annur, Cindy Mutia. (2022). *Shopee Paylater, Layanan PayLater Paling Banyak Digunakan pada 2021*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/12/shopee-paylater-layanan->

- paylater-paling-banyak-digunakan-pada-2021. [Diakses Pada 10 April 2023]
- [3] Paramitalaksmi, R. (2022). *Financial Literacy Level of Students Majoring in Accounting, Mercu Buana University of Yogyakarta*. *Interdisciplinary Social Studies*, 1(4), 432-442.
- [4] OJK. (2016). *PERATURAN OTORITAS JASA KEUANGAN NOMOR 76 /POJK.07/2016 TENTANG PENINGKATAN LITERASI DAN INKLUSI KEUANGAN DI SEKTOR JASA KEUANGAN BAGI KONSUMEN DAN/ATAU MASYARAKAT*.
- [5] Putri, S. D., & Mulatsih, L. S. (2022). *PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN FINTECH PAYMENT (PAYLATER) PADA SHOPEE*. Abstract of Undergraduate Research, Faculty of Economics, Bung Hatta University, 21(2), 1-2.
- [6] Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan. (2019). <https://sikapiuangmu.ojk.go.id>. [Diakses pada 10 April 2023]
- [7] Rahardyan, Aziz. (2021). Paylater Kian Populer, 83 Persen Responden Sebut Penolong dari Kebutuhan Mendadak. <https://finansial.bisnis.com/read/20210211/89/1355178/paylater-kian-populer-83-persen-responden-sebut-penolong-dari-kebutuhan-mendadak>. [Diakses pada 10 April 2023]