

PENGARUH NIAT PENGGUNAAN PAYLATER TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF (STUDI KASUS: GENERASI Z MUSLIM DI JABODETABEK)

MUHAMMAD RAFI



**MAGISTER MANAJEMEN DAN BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



PERNYATAAN MENGENAI TESIS DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA¹

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis dengan judul “Pengaruh Niat Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus: Generasi Z Muslim di Jabodetabek)” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir tesis ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juni 2025

Muhammad Rafi
K1501231090

¹ Pelimpahan hak cipta atas karya tulis dari penelitian kerja sama dengan pihak luar IPB harus didasarkan pada perjanjian kerja sama yang terkait.



RINGKASAN

MUHAMMAD RAFI. Pengaruh Niat Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus: Generasi Z Muslim di Jabodetabek). Dibimbing oleh NIMMI ZULBAINARNI dan KHALIFAH MUHAMMAD ALI.

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan teknologi global meningkat pesat, mendorong adopsi masyarakat Indonesia terhadap teknologi baru seperti aplikasi Paylater. Penelitian ini menganalisis karakteristik dan faktor-faktor yang memengaruhi niat penggunaan Paylater serta perilaku konsumtif generasi Z muslim di Jabodetabek.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif, yaitu *Structural Equation Modeling Partial Least Squares* (SEM-PLS) dan *Systematic Literature Review* (SLR), dengan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) 2 yang dimodifikasi dengan variabel religiusitas dan literasi keuangan. Pengumpulan data primer menggunakan kuesioner kepada responden sesuai kriteria, sedangkan data sekunder menggunakan literatur terdahulu terakreditasi Scopus yang dianalisis melalui aliran *Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses* (PRISM).

Berdasarkan studi literatur, sebanyak 15 artikel dianalisis dalam SLR dengan publikasi terbanyak tahun 2024, didominasi jurnal berindeks Q1. Hasil menunjukkan lima faktor utama yang memengaruhi niat penggunaan Paylater, yaitu kemudahan penggunaan, literasi keuangan, kepercayaan, risiko yang dirasakan, dan faktor psikologis pengguna.

Pengguna Paylater generasi Z muslim di Jabodetabek didominasi perempuan (80%) dengan pendidikan SMA/SMK (60%). Mayoritas bekerja sebagai pegawai swasta (48%) dengan pendapatan bulanan Rp 4.000.000,00–Rp 6.000.000,00 (31%). Sebagian besar memanfaatkan Shopee Paylater (68%) untuk produk fashion (29%), sementara 43% responden ragu akan kesesuaian Paylater dengan prinsip Islam.

Dalam customer journey, generasi Z mengenal Paylater lewat aplikasi *e-commerce* (47%) dengan ketertarikan awal karena promosi (48%). Sebagian besar mencari informasi melalui aplikasi Paylater (50%) dan bertanya kepada teman atau keluarga (44%) sebelum memutuskan penggunaan. Motivasi utama menggunakan Paylater pertama kali adalah kebutuhan mendesak (58%). Pengalaman positif dan promosi menarik mendorong rekomendasi kepada orang lain (40%).

Hasil analisis SEM-PLS menemukan bahwa variabel yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan Paylater adalah *performance expectancy*, *social influence*, *price value*, dan *habit*. Sedangkan, variabel yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif adalah variabel *habit* dan niat penggunaan Paylater.

Kata kunci: Generasi Z, Muslim, Paylater, Niat, Perilaku Konsumtif

SUMMARY

MUHAMMAD RAFI. The Influence of Intention to Use Paylater on Consumptive Behavior (Case Study: Generation Z Muslims in Jabodetabek). Supervised by NIMMI ZULBAINARNI and KHALIFAH MUHAMMAD ALI.

In recent years, the rapid advancement of global technology has driven the adoption of new technologies in Indonesia, such as Paylater applications. This study aims to analyze the characteristics and factors influencing the intention to use Paylater and the consumptive behavior of Muslim Generation Z in Jabodetabek.

This research employs both quantitative and qualitative methods, namely Structural Equation Modeling Partial Least Squares (SEM-PLS) and Systematic Literature Review (SLR), using the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) 2 model modified with the addition of religiosity and financial literacy variables. Primary data collection was conducted using questionnaires distributed to respondents meeting specific criteria, while secondary data were sourced from previous Scopus-accredited literature analyzed using the Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses (PRISM) framework.

Based on the literature review, 15 articles were analyzed in the SLR, with the highest number of publications in 2024, predominantly from Q1-indexed journals. The results reveal five main factors influencing the intention to use Paylater: ease of use, financial literacy, trust, perceived risk, and psychological factors of users.

Paylater users among Muslim Generation Z in Jabodetabek are predominantly female (80%) with a high school/vocational school education (60%). Most are private-sector employees (48%) with a monthly income of IDR 4,000,000.00–IDR 6,000,000.00 (31%). The majority use Shopee Paylater (68%) for purchasing fashion products (29%), while 43% of respondents are uncertain whether Paylater complies with Islamic principles.

In the customer journey, Generation Z discovered Paylater services through e-commerce applications (47%), with initial interest driven by promotions (48%). Most seek further information through Paylater apps (50%) and by consulting friends or family (44%) before deciding to use the service. The primary motivation for first-time use is urgent needs (58%). Positive experiences and attractive promotions encourage some users to recommend Paylater to others (40%).

The SEM-PLS analysis found that variables with a positive and significant influence on the intention to use Paylater include performance expectancy, social influence, price value, and habit. Meanwhile, variables with a positive and significant influence on consumptive behavior are habit and the intention to use Paylater.

Keywords: Consumptive Behavior, Generation Z, Intention, Muslim, Paylater.



@Hak cipta milik IPB University

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

PENGARUH NIAT PENGGUNAAN PAYLATER TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF (STUDI KASUS: GENERASI Z MUSLIM DI JABODETABEK)

MUHAMMAD RAFI

Tesis
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Magister Manajemen
pada
Program Studi Manajemen dan Bisnis

**MAGISTER MANAJEMEN DAN BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

Tim Penguji pada ujian Tesis:

1. Dr. Megawati Simajuntak, S.P., M.Si.
2. Dr. Ir. Popong Nurhayati, MM.



Judul Tesis : Pengaruh Niat Penggunaan Paylater terhadap Perilaku Konsumtif
(Studi Kasus: Generasi Z Muslim di Jabodetabek)
Nama : Muhammad Rafi
NIM : K1501231090

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Dr. Nimmi Zulbainarni, S.Pi., M.Si.



Pembimbing 2:
Dr. Khalifah Muhammad Ali, S.Hut., M.Si.

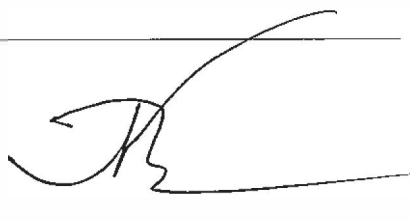


Diketahui oleh

Ketua Program Studi Pascasarjana
Manajemen dan Bisnis:
Prof. Dr. Ir. Ujang Sumarwan, M.Sc.
NIP 196009161986011001



Dekan Sekolah Bisnis:
Prof. Dr. Ir. Noer Azam Achsani, M.S.
NIP 196812291992031016



Tanggal Ujian: 17 Maret 2025

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah *subhanaahu wa ta'ala* atas segala karunia-Nya sehingga penulis berhasil menyelesaikan tesis dengan judul “Pengaruh Niat Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus: Generasi Z Muslim di Jabodetabek)”. Harapan penulis dengan adanya tesis ini dapat menjadi sumber informasi, masukan serta bermanfaat untuk penelitian selanjutnya. Ada banyak pihak yang ikut berkontribusi dalam proses menyelesaikan tesis ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Nimmi Zulbainarni, S.Pi., M.Si. selaku Dosen Pembimbing satu yang telah banyak membimbing, mendukung, dan memberikan saran dalam penyelesaian tesis.
2. Dr. Khalifah Muhammad Ali, S.Hut., M.Si. selaku Dosen Pembimbing dua yang telah banyak membimbing, mendukung, dan memberikan saran dalam penyelesaian tesis.
3. Para dosen dan staf Sekolah Bisnis atas ilmu yang diberikan selama masa perkuliahan di IPB.
4. Bapak Hasan Alatas dan Ibu Zahra Alatas selaku orang tua penulis serta Salsabila dan Muhammad Zaki selaku kakak dan adik penulis yang telah memberikan banyak doa, dukungan, dan kasih sayang.
5. Sahabat-sahabat penulis yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan motivasi dalam menyelesaikan penelitian ini.
6. Seluruh pihak yang telah membantu dalam proses penelitian ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Bogor, Juni 2025

Muhammad Rafi

DAFTAR ISI

DAFTAR TA.BEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	4
1.4 Manfaat	4
1.5 Ruang Lingkup	4
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Definisi dan Implementasi PayLater	5
2.2 Perspektif Islam Terhadap Paylater	6
2.3 Konsumen Muslim	7
2.4 Generasi Z	8
2.5 Perilaku Konsumtif	8
2.6 <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) 2</i>	9
2.7 <i>Systematic Literature Review</i>	10
2.8 Penelitian Terdahulu	11
2.9 Variabel Penelitian	14
2.10 Kerangka Penelitian	19
2.11 Hipotesis Penelitian	20
III METODE	22
3.1 Lokasi dan Waktu	22
3.2 Jenis dan Sumber Data	22
3.3 Metode Pengumpulan Data	22
3.4 Metode Analisis dan Pengolahan Data	22
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Penelusuran Literatur Terpilih	30
4.2 Informasi Bibliografi	30
4.3 Analisis <i>Systematic Literature Review</i> Determinan Niat Penggunaan Paylater dan Perilaku Konsumtif	35
4.4 Karakteristik Responden	39
4.5 Analisis Customer Journey	42
4.6 Analisis SEM-PLS Pengaruh Variabel Terhadap Niat Penggunaan Paylater dan Perilaku Konsumtif	44
4.7 Pembahasan	48
4.8 Implikasi Manajerial	59
V SIMPULAN DAN SARAN	62
5.1 Simpulan	62
5.2 Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	67
RIWAYAT HIDUP	74



DAFTAR TA.BEL

1	Ringkasan penelitian terdahulu	11
2	Pembobotan skala likert	22
3	Kriteria inklusi dan eksklusi	23
4	Parameter dan standar <i>uji outer model</i>	25
5	Parameter dan Standar <i>Uji Inner Model</i>	26
6	Definisi operasional dan indikator variabel	26
7	Daftar artikel yang ditinjau dalam studi	31
8	Pengaruh variabel terhadap niat penggunaan <i>paylater</i>	37
9	Domisili responden	39
10	Jenis kelamin responden	39
11	Pendidikan terakhir responden	39
12	Pekerjaan responden	40
13	Rata-rata pendapatan responden (dalam satu bulan)	40
14	Pengeluaran biaya bahan makanan pokok (dalam satu bulan)	40
15	Pengeluaran gaya hidup (dalam satu bulan)	41
16	Layanan <i>paylater</i> yang digunakan responden	41
17	Kategori barang yang dibeli responden	41
18	Opini responden terhadap <i>paylater</i>	42
19	Media responden pertama kali mengetahui <i>paylater</i>	42
20	Tingkat intensitas responden mendengar tentang <i>paylater</i>	43
21	Alasan responden tertarik lebih lanjut dengan <i>paylater</i>	43
22	Media responden mencari informasi tentang <i>paylater</i>	43
23	Media responden sebelum memutuskan menggunakan <i>paylater</i>	43
24	Motivasi responden menggunakan <i>paylater</i>	44
25	Keinginan responden merekomendasikan <i>paylater</i>	44
26	Motivasi responden untuk merekomendasikan <i>paylater</i>	44
27	Skor AVE	45
28	Nilai <i>Fornell Larcker</i>	46
29	Nilai <i>composite reliability</i>	46
30	<i>Path Coefficient</i>	47
31	Nilai <i>R-Square</i>	47
32	Nilai <i>Q-Square Predict</i>	47
33	Nilai <i>F-Square</i>	48

DAFTAR GAMBAR

1	Kesadaran masyarakat Indonesia terhadap <i>fintech</i>	1
2	Kerangka model UTAUT 2	10
3	Kerangka pemikiran	20
4	Diagram alir PRISMA	24
5	Diagram alir proses penyaringan literatur	30
6	Jumlah publikasi per tahun 2023-2024	31
7	Nilai <i>Loading Factor</i>	45



DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner penelitian	68
---	----------------------	----



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.