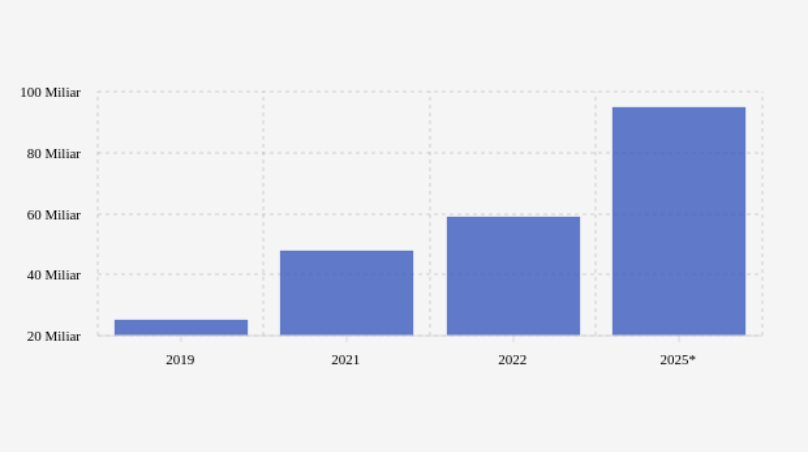
BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kemajuan teknologi digital dan informasi berlangsung secara dinamis, serta perubahan pola perilaku masyarakat sebagai dampak pandemi COVID-19, turut mendorong meningkatnya pemanfaatan e-commerce sebagai media transaksi niaga secara daring (Fauzi et al., 2023). E-commerce secara singkat didefinisikan sebagai sistem yang digunakan untuk melakukan penawaran, penjualan, maupun pemasaran produk dalam bentuk barang atau jasa melalui media digital berbasis internet. E-commerce merupakan seluruh aktivitas transaksi yang mencakup kegiatan pemasaran yang dilakukan melalui sistem daring berbasis internet maupun media elektronik lainnya (Melina et al., 2023). Sejak tahun 2021, tingkat adopsi e-commerce di Indonesia berkembang dengan signifikan. Merujuk pada Databoks, pengguna e-commerce tercatat sebanyak lebih dari 40 miliar pada tahun 2021, dan diproyeksikan akan mengalami kenaikan hingga lebih dari 80 miliar pengguna pada tahun 2025.



Gambar 1. 1 Grafik Perkiraan Pengguna E-Commerce

Sumber: Databoks (2023)

Meningkatnya pemanfaatan e-commerce dalam beberapa waktu terakhir dipengaruhi oleh beragam layanan yang disediakan oleh platform tersebut (Puspitasari & Trisnaningsih, 2025). Salah satu layanan dalam sektor e-commerce yang menunjukkan peningkatan popularitas adalah fitur paylater, yang menawarkan kemudahan dan fleksibilitas kepada konsumen dalam melaksanakan transaksi pembelian (Amelia et al., 2023). Kemudahan dalam mengakses layanan, kecepatan proses transaksi, serta keberadaan berbagai fitur inovatif merupakan faktor utama yang mendorong terjadinya peralihan tersebut (Haqi & Trisnaningsih, 2025). Buy Now Pay Later, yang di Indonesia lebih familiar dengan istilah Paylater, merupakan sistem pembayaran yang memudahkan pengguna supaya menerima barang maupun jasa sebelum melakukan pembayaran serta melakukan pembayaran pada waktu yang telah ditetapkan, dengan disertai ketentuan bunga maupun biaya tambahan tertentu (Amatulloh et al., 2024). Kemudahan dalam mekanisme pendaftaran, fleksibilitas skema pembayaran, serta beragam program promosi yang disediakan

menghasilkan layanan Paylater hadir sebagai salah satu alternatif metode pembayaran yang menarik minat banyak oleh berbagai kalangan pengguna (Sitepu & Fadila, 2024).

Merujuk pada data Infobanknews.com Otoritas Jasa Keuangan menunjukkan utang BNPL perbankan memperoleh Rp24,33 triliun pada Agustus 2025, terus bertumbuh dengan 29,33 juta pengguna (Infobanknews, 2025). Data tersebut menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam penggunaan layanan paylater, seiring dengan pergeseran perilaku konsumen yang semakin menekankan aspek kemudahan, kecepatan, serta kepraktisan dalam melakukan transaksi. Peningkatan penggunaan layanan paylater terutama dipengaruhi oleh kemudahan serta kecepatan dalam proses persetujuan pembiayaan, yang didukung oleh berbagai program penawaran promosi yang menarik yang disediakan kepada pengguna (Nugrahanti et al., 2024). Selain itu, penggunaan layanan paylater memberikan berbagai manfaat, antara lain memfasilitasi transaksi tanpa menggunakan uang tunai, menyediakan fleksibilitas dalam skema pembayaran melalui sistem cicilan, serta memberikan keleluasaan waktu kepada pengguna untuk melakukan pelunasan tanpa harus bergantung pada kartu kredit (Amelia et al., 2023). Dengan demikian, layanan paylater menjadi salah satu alternatif metode pembayaran yang memperoleh banyak minat dan digunakan dalam melakukan aktivitas transaksi pada platform e-commerce, karena proses pendaftaran yang dilakukan secara daring relatif praktis dan dapat diakses dengan mudah tanpa dibatasi oleh waktu maupun lokasi, sehingga dinilai lebih unggul dibandingkan penggunaan kartu kredit.

Peningkatan aktivitas belanja daring yang didukung oleh beragam metode pembayaran, khususnya layanan paylater, telah membentuk pola baru dalam gaya hidup serta perilaku konsumen. Kemudahan yang ditawarkan dalam proses transaksi memungkinkan konsumen untuk mengakses berbagai produk secara lebih cepat dan efisien, sehingga menjadikan belanja online semakin diminati dan dianggap memberikan keuntungan bagi pengguna (Hardhika & Huda, 2021). Perkembangan penggunaan layanan paylater yang semakin pesat tidak terlepas dari perilaku konsumen, khususnya dalam bagaimana sistem pembayaran ini mampu mendorong motivasi pengguna untuk beralih dan mengadopsi metode pembayaran digital (Kurniasari et al., 2023).

Salah satu lapisan sosial yang turut andil kepada peningkatan penerapan layanan paylater berasal dari Generasi Z. Merujuk pada hasil survei oleh IDN pada tahun 2025, Generasi Z tercatat lebih intensif memanfaatkan layanan paylater untuk kebutuhan yang berkaitan dengan gaya hidup, dengan alokasi penggunaan yang signifikan pada pembelian produk fesyen sebesar 42%. Pola tersebut mencerminkan kecenderungan Generasi Z dalam meningkatkan kualitas gaya hidup melalui pemanfaatan paylater sesuai dengan perkembangan tren (Pasaman et al., 2025). Mayoritas individu yang tergabung dalam kelompok sosial Generasi Z pada umumnya belum memperoleh sumber pendapatan yang bersifat permanen atau tetap (Nugrahanti et al., 2024). Oleh sebab itu, terdapat risiko munculnya utang yang tidak terselesaikan dalam mekanisme pembayaran angsuran dan pelunasan paylater. Kurangnya pemahaman pengguna mengenai potensi risiko penggunaan layanan tersebut dapat menghambat upaya pencegahan gagal bayar, yang

selanjutnya berpotensi menjadikan paylater sebagai sarana yang mendorong peningkatan akumulasi utang (Prijadi et al., 2022). Secara umum, mahasiswa lebih banyak memanfaatkan platform belanja daring untuk memenuhi keinginan pribadi dibandingkan kebutuhan yang bersifat esensial. Kemudahan dalam mengakses berbagai informasi dan penawaran produk mendorong munculnya ketertarikan untuk melakukan pembelian, yang pada akhirnya berpotensi menimbulkan perilaku konsumtif atau kecenderungan berbelanja secara berlebihan (Wanda & Muslimin, 2025). Penelitian dari Sulaikah et al., (2025) mengungkapkan bahwa perkembangan gaya hidup konsumtif yang didukung oleh kondisi pendapatan mahasiswi cenderung memengaruhi keputusan pembelian produk fesyen dengan menggunakan sistem pembayaran paylater. Sementara pada penelitian Widayati et al., (2024) menunjukkan bahwa penggunaan layanan paylater secara berlebihan, khususnya di kalangan mahasiswa, berpotensi menimbulkan ketergantungan terhadap utang, mendorong perilaku pembelian impulsif, serta meningkatkan pola konsumsi yang berlebihan, yang pada akhirnya dapat berdampak pada menurunnya kesejahteraan finansial di masa mendatang.

Keputusan pembelian produk fesyen dipengaruhi oleh sejumlah faktor, di antaranya gaya hidup dan tingkat pendapatan. Mahasiswi yang memiliki kecenderungan gaya hidup konsumtif umumnya menunjukkan intensitas pembelian produk fesyen yang lebih tinggi, khususnya terhadap produk yang mengikuti perkembangan tren terkini (Sulaikah et al., 2025). Akibat dari kondisi tersebut, individu cenderung melakukan konsumsi terhadap barang atau jasa yang tidak memiliki urgensi kebutuhan serta tidak sesuai menggunakan kapasitas keuangan

yang dimiliki, yang pada akhirnya dapat memicu tekanan keuangan (Fuadi & Trisnaningsih, 2022).

Dalam konteks kepercayaan, penelitian sebelumnya masih banyak yang bersifat umum dan belum menekankan keputusan pembelian pada produk tertentu, serta belum mengkaji keterlibatan pendapatan dan gaya hidup dengan keputusan pembelian, khususnya produk fesyen. Pada penelitian Utomo & Sriyono (2023) serta Dewi et al., (2025) mengindikasikan jika tingkat kepercayaan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan layanan paylater. Temuan tersebut menegaskan jika transparansi serta keandalan sistem yang disediakan turut membangun kepercayaan terhadap penyedia layanan, memiliki faktor yang berpengaruh dalam proses penentuan keputusan penggunaan layanan.

Sementara itu, dalam konteks pendapatan, sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pendapatan memiliki keterkaitan dengan penggunaan layanan paylater, meskipun hasil temuan yang diperoleh cenderung bervariasi. Sejalan pada penelitian Anggraini et al., (2024) yang menemukan bahwasanya pendapatan mempunyai dampak langsung terhadap keputusan untuk membeli menggunakan paylater, sementara Sulaikah et al., (2025) juga menyatakan bahwasanya tingkat pendapatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk fesyen melalui sistem paylater. Temuan tersebut menunjukkan konsumen yang mempunyai tingkat pendapatan lebih tinggi menunjukkan kecenderungan untuk memperlihatkan ketertarikan yang lebih besar dalam memanfaatkan layanan paylater. Hal ini dapat dijelaskan oleh fakta bahwa peningkatan pendapatan

biasanya berbanding lurus dengan peningkatan kebutuhan dan pola konsumsi individu (Risukmasari, 2024).

Gaya hidup memiliki peranan penting dalam menentukan keputusan individu dalam menggunakan layanan paylater. Individu yang menerapkan gaya hidup sederhana umumnya tidak terlalu bergantung pada fasilitas tersebut. Sebaliknya, individu yang memiliki kecenderungan gaya hidup hedonis menunjukkan kebutuhan yang lebih tinggi terhadap sistem paylater serta cenderung meningkatkan perilaku konsumtif melalui layanan tersebut saat mengalami keterbatasan finansial (Restike et al., 2024). Sejumlah studi terdahulu telah mengkaji sejumlah faktor yang dapat mempengaruhi keputusan penggunaan layanan paylater, tetapi terdapat perbedaan temuan pada hasil yang diperoleh, sehingga mengindikasikan perlunya penelitian lebih lanjut. Riset yang dilakukan Sulaikah et al., (2025) tersebut mengindikasikan *life style* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk fesyen melalui layanan paylater. Temuan tersebut menandakan bahwa mahasiswi yang mempunyai gaya hidup yang cenderung konsumtif disertai tingkat pendapatan yang relatif lebih tinggi cenderung menggunakan fasilitas paylater secara lebih intensif. Penelitian Supiyah et al., (2025) mengemukakan bahwa *life style* tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian mahasiswa untuk memanfaatkan paylater. Inkonsistensi hasil tersebut menunjukkan bahwa keterkaitan antara perilaku konsumtif dan penggunaan paylater belum dapat disimpulkan secara definitif, sehingga diperlukan adanya penelitian lebih lanjut.

Untuk menjelaskan bagaimana kepercayaan, pendapatan dan *life style* mempengaruhi keputusan pembelian fesyen menggunakan paylater pada mahasiswa Akuntansi UPN "Veteran" Jawa Timur, penelitian ini berlandaskan kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB). TPB menjelaskan bahwa tindakan individu ditentukan berdasarkan niat berperilaku, tersusun dari tiga faktor utama, yaitu sikap, norma sosial, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Pada studi ini, TPB dianggap sesuai dalam menganalisis keputusan pembelian fesyen menggunakan paylater pada mahasiswi Akuntansi UPN "Veteran" Jawa Timur. Faktor kepercayaan terhadap keamanan dan kemudahan paylater dapat membentuk sikap positif terhadap perilaku pembelian. Selanjutnya, pendapatan individu berperan dalam persepsi kontrol perilaku, karena kemampuan finansial memengaruhi kemungkinan seseorang memanfaatkan paylater. Sementara itu, gaya hidup (*life style*) berpengaruh terhadap sikap dan norma sosial, mengingat preferensi terhadap fesyen dan pengaruh lingkungan mendorong niat untuk membeli.

Berdasarkan paparan mengenai penggunaan layanan paylater di lingkungan generasi muda, terutams mahasiswa, penelitian ini dilaksanakan guna mengisi celah dalam studi terdahulu yang masih terbatas dalam membahas topik tersebut. Penelitian ini dilakukan guna menguji pengaruh kepercayaan, pendapatan, dan *life style* terhadap keputusan pembelian fesyen dengan memanfaatkan paylater pada mahasiswi Akuntansi UPN "Veteran" Jawa Timur. Penggunaan paylater yang tidak diiringi oleh pengelolaan kondisi keuangan yang memadai berpotensi meningkatkan risiko terjadinya gagal bayar serta memengaruhi stabilitas finansial

mahasiswa, sehingga penelitian ini menjadi relevan dalam konteks pengelolaan pola konsumsi generasi muda.

Penelitian ini berbeda dengan studi terdahulu karena menekankan pada variabel kepercayaan, pendapatan, dan *life style* sebagai faktor utama serta memfokuskan objek penelitian pada mahasiswi Akuntansi UPN "Veteran" Jawa Timur, sehingga mampu menggambarkan perilaku konsumsi, pola gaya hidup, dan faktor internal yang mempengaruhi pengambilan keputusan keuangan secara lebih spesifik. Selain itu, penelitian ini menawarkan perspektif yang lebih menyeluruh mengenai perilaku konsumen dalam ekosistem digital, terutama dalam penggunaan paylater untuk pembelian produk fesyen, serta menghindari pengulangan studi sebelumnya yang umumnya berfokus pada cakupan wilayah yang lebih luas. Dengan demikian, temuan tersebut diharapkan mampu memberi kontribusi pada kalangan akademisi serta praktisi guna mengkaji berbagai faktor yang berdampak pada penggunaan paylater, serta merumuskan strategi pengelolaan keputusan pembelian yang lebih bijaksana di kalangan mahasiswa.

1.2 Rumusan Masalah

Berlandaskan penjelasan latar belakang sebelumnya, penulis mengidentifikasi masalah penelitian yang akan dijadikan fokus kajian antara lain:

1. Apakah kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian fesyen menggunakan paylater pada mahasiswi akuntansi UPN "Veteran" Jawa Timur?

2. Apakah pendapatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian fesyen menggunakan paylater pada mahasiswi akuntansi UPN "Veteran" Jawa Timur?
3. Apakah *life style* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian fesyen menggunakan paylater pada mahasiswi akuntansi UPN "Veteran" Jawa Timur?
4. Apakah kepercayaan, pendapatan, dan *life style* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian fesyen menggunakan paylater pada mahasiswi akuntansi UPN "Veteran" Jawa Timur?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengacu dengan uraian latar belakang serta rumusan masalah sebelumnya, penelitian ini bertujuan guna mengkaji sejumlah aspek antara lain:

a. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian fesyen menggunakan paylater pada mahasiswi akuntansi UPN "Veteran" Jawa Timur.
b. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh pendapatan terhadap keputusan pembelian fesyen menggunakan paylater pada mahasiswi akuntansi UPN "Veteran" Jawa Timur.
c. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh *life style* terhadap keputusan pembelian fesyen menggunakan paylater pada mahasiswi akuntansi UPN "Veteran" Jawa Timur.

d. Untuk menguji pengaruh kepercayaan, pendapatan, dan *life style* terhadap keputusan pembelian fesyen menggunakan paylater pada mahasiswi akuntansi UPN "Veteran" Jawa Timur.

1.4 Manfaat Penelitian

Berlandaskan pada rumusan tujuan penelitian, diharapkan penelitian ini mampu berkontribusi dalam kemajuan dunia pendidikan, secara langsung ataupun tidak langsung. Mengenai manfaat yang hendak dicapai dalam penelitian ini dapat diuraikan meliputi:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan memberikan tambahan wawasan dan pemahaman bagi pembaca, khususnya mahasiswi, dalam pengambilan keputusan pembelian produk fesyen dengan menggunakan layanan *paylater*. Penelitian ini diharapkan mampu memperkaya kajian perilaku konsumen dengan mengintegrasikan *Theory of Planned Behaviuor* (TPB) dalam konteks penggunaan layanan *financial technology*. Melalui penelitian ini, dianalisis pengaruh kepercayaan, pendapatan, dan *life style* terhadap keputusan pembelian fesyen menggunakan *paylater* kepada mahasiswi Akuntansi UPN "Veteran" Jawa Timur. Diharapkan penelitian ini mampu memperluas implementasi *Theory of Planned Behavior* (TPB) menguraikan berbagai faktor yang memengaruhi keputusan pembelian melalui layanan pembayaran digital.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini secara praktis dapat memberikan sejumlah kontribusi, di antaranya:

a. Bagi Peneliti

Temuan ini memudahkan penulis dalam menelaah secara mendalam faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian produk fesyen melalui layanan *paylater* pada mahasiswi Akuntansi UPN "Veteran" Jawa Timur. Proses penelitian juga menjadi sarana bagi penulis untuk mengasah kemampuan berpikir kritis, memperluas wawasan akademik, serta meningkatkan keterampilan analisis dan pemecahan masalah secara sistematis.

b. Bagi Pembaca

Temuan ini diharapkan dapat dijadikan acuan bagi pembaca, khususnya mahasiswa, dalam memahami pengaruh kepercayaan, pendapatan, dan *life style* terhadap keputusan pembelian menggunakan *paylater*. Lebih lanjut, penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan pemahaman tentang dinamika perilaku konsumen muda perihal memanfaatkan inovasi teknologi finansial, khususnya dalam konteks pembelian produk fesyen.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Temuan yang diperoleh diharapkan berfungsi menjadi acuan tambahan kepada peneliti lain yang memiliki ketertarikan untuk menggali topik yang serupa. Temuan studi ini juga mampu digunakan sebagai rujukan dalam pelaksanaan penelitian lanjutan serta dikembangkan lebih mendalam guna

memperdalam kajian terkait faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian produk fesyen melalui layanan paylater.