

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manajemen keuangan merupakan suatu proses kegiatan keuangan untuk mendapatkan dana dan pengelolaan keuangan perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Manajemen keuangan merupakan gabungan antara ilmu dan seni yang mengkaji peran manajer keuangan dalam menggunakan sumber daya perusahaan untuk mendapatkan, mengelola dan membagi dana yang bertujuan mendapatkan keuntungan dan memberikan pengembalian bagi para pemegang saham serta untuk keberlanjutan usaha perusahaan. Berdasarkan beberapa pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa manajemen keuangan merupakan segala kegiatan aktivitas yang dilakukan oleh manajer keuangan yang meliputi perencanaan, pengalokasian, dan pengendalian untuk mencapai tujuan perusahaan. Manajemen keuangan dapat diartikan juga sebagai seluruh aktivitas atau kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan upaya untuk mendapatkan dana perusahaan dengan meminimalkan biaya dan upaya penggunaan serta pengalokasian dana tersebut secara efisien dalam memaksimalkan nilai perusahaan yaitu harga dimana calon pembeli siap atau bersedia membayarnya jika suatu perusahaan menjualnya. Sejalan dengan hal tersebut, pemahaman keuangan dalam penelitian ini dioperasionalkan melalui konsep manajemen keuangan yang mencerminkan kemampuan individu dalam merencanakan, mengelola, dan mengendalikan keuangan secara bertanggung jawab.

Keuangan berhubungan dengan proses, lembaga, pasar dan instrument yang terlibat dalam transfer uang diantara individu maupun antara bisnis dan pemerintah. keuangan adalah pembelanjaan yang meliputi keseluruhan usaha untuk mempersiapkan dan mengatur penarikan dan penggunaan dana dimana disini termasuk juga perencanaan beserta pelaksanaannya. Sundjaja (2002:34) menyatakan bahwa keuangan merupakan ilmu dan seni dalam mengelola uang, yang mempengaruhi kehidupan setiap orang dan setiap organisasi. Menurut Ibnu (2003:37) keuangan adalah hal yang berkaitan dengan uang. Keuangan juga berarti masalah pembayaran dan pembiayaan untuk kebutuhan baik pribadi maupun organisasi. Perkembangan teknologi keuangan atau *Financial Technology* (FinTech) telah mengubah paradigma layanan keuangan, termasuk dalam hal metode pembayaran. Salah satu inovasi yang populer adalah layanan Buy Now Pay Later (BNPL) seperti *Shopee Paylater* yang menyediakan fasilitas pembelian barang sekarang dan pembayaran kemudian. Layanan ini menjadi populer di kalangan generasi muda karena kemudahan, kecepatan, dan fleksibilitas yang ditawarkannya sehingga menambah daya tarik untuk melakukan transaksi tanpa perlu pembayaran langsung di muka. Fenomena ini menunjukkan bagaimana penggunaan layanan keuangan digital dapat memengaruhi perilaku konsumsi masyarakat terutama mahasiswa yang aktif dalam e-commerce.

Gambar 1. Jumlah Penggunaan Shopee *Paylater* Tahun 2025



Sumber : Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

Grafik jumlah pengguna *Paylater* di Indonesia tahun 2025 menunjukkan adanya tren peningkatan meskipun sempat mengalami fluktuasi. Pada Januari 2025 jumlah pengguna berada di kisaran 24,5 juta, kemudian mengalami penurunan pada Februari 2025 menjadi sekitar 23,7 juta. Setelah itu, jumlah pengguna kembali meningkat pada Mei 2025 menjadi sekitar 24,8 juta dan mengalami lonjakan signifikan pada Agustus 2025 hingga mencapai sekitar 29 juta pengguna. Peningkatan ini mengindikasikan bahwa minat masyarakat terhadap layanan *Paylater* semakin tinggi, seiring dengan kemudahan transaksi dan berkembangnya aktivitas belanja digital di Indonesia.

Kehadiran Shopee *Paylater* menjadi solusi alternatif pembiayaan digital yang banyak dimanfaatkan oleh masyarakat, khususnya generasi muda dan mahasiswa, karena proses aktivasi yang mudah, limit kredit yang relatif terjangkau, serta fleksibilitas tenor pembayaran. Kemudahan tersebut mendorong peningkatan transaksi konsumsi secara signifikan, namun di sisi lain juga berpotensi memengaruhi perilaku keuangan pengguna (Stifani & Rafida, 2023). Beberapa penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Shopee *Paylater* tidak hanya dipengaruhi oleh faktor kemudahan teknologi, tetapi juga oleh aspek perilaku konsumen dan kondisi psikologis pengguna. Hartono et al. (2024) mengemukakan bahwa keputusan penggunaan Shopee *Paylater* dipengaruhi oleh kebutuhan konsumsi, persepsi kemudahan, serta dorongan untuk memenuhi keinginan secara instan. Kondisi ini dapat mengurangi pertimbangan rasional dalam pengambilan keputusan keuangan dan meningkatkan kecenderungan perilaku konsumtif, terutama pada kelompok mahasiswa yang memiliki keterbatasan pendapatan.

Dari sudut pandang keuangan syariah, penggunaan Shopee *Paylater* menimbulkan perdebatan terkait kesesuaian prinsip syariah, khususnya yang berkaitan dengan unsur riba dan denda keterlambatan. Beberapa kajian menyatakan bahwa rendahnya literasi keuangan syariah dapat menyebabkan pengguna kurang memahami implikasi akad dan risiko finansial dari

layanan *Paylater*, sehingga penggunaan fasilitas tersebut cenderung tidak terkendali (Fitri & Mardiana, 2025). Literasi keuangan syariah, sebagai bagian dari pemahaman terhadap prinsip-prinsip keuangan Islam yang Menurut Otoritas Jasa Keuangan OJK (2014) dalam (Safura, 2020), Literasi Keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan, yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. Jadi pemahaman dari literasi keuangan dapat membantu kita dalam pengelolaan keuangan agar dapat mengatur keuangan secara baik dan bertanggung jawab, maka dari itu diharapkan dari pemahaman tentang literasi keuangan dapat terciptanya taraf berkehidupan masyarakat yang diinginkan akan meningkat, karena seberapa banyak atau tinggi Tingkat penghasilan seseorang tapi tanpa kemampuan seseorang dalam mengelola keuangan yang tepat, keselamatan dalam finansial pasti akan sulit tercapai.

Pembahasan Literasi keuangan perlu dilengkapi dengan literasi keuangan syariah agar pemahaman tentang pengelolaan keuangan tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga sesuai dengan prinsip Islam, seperti pada penelitian (Mizanulhaq, 2024) Literasi keuangan syariah merupakan wawasan yang dimiliki oleh seseorang mengenai produk dan jasa keuangan syariah, serta dapat membedakan antara sistem konvensional dan sistem syariah, wawasan tersebut pada akhirnya akan berdampak pada sikap seseorang dalam pengambilan keputusan ekonomi yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Literasi ini mencakup pengetahuan tentang konsep dasar keuangan syariah, termasuk pemahaman terhadap produk dan layanan keuangan yang sesuai syariah, kesadaran atas larangan terhadap praktik riba (bunga), gharar (ketidakjelasan akad), dan maisir (perjudian), serta kemampuan individu dalam mengelola keuangan pribadi secara etis dan bertanggung jawab sesuai prinsip syariah. Individu yang memiliki literasi keuangan syariah yang tinggi tidak hanya mampu membedakan produk keuangan halal dan tidak halal, tetapi juga mampu mengambil keputusan yang lebih rasional dan etis dalam menjalankan aktivitas finansialnya. Literasi keuangan syariah tidak hanya terkait dengan pengetahuan teoritis semata, tetapi juga mencakup sikap dan perilaku dalam mengelola keuangan sehari-hari sehingga tercipta keseimbangan antara kebutuhan dunia dan tuntutan spiritual dalam Islam.

Literasi keuangan syariah dalam penelitian ini tidak dimaknai secara sempit sebagai pengetahuan mengenai lembaga keuangan syariah atau produk perbankan syariah saja, melainkan sebagai kemampuan individu dalam memahami, mengevaluasi, dan mengambil keputusan keuangan berdasarkan prinsip-prinsip syariah dalam setiap aktivitas ekonomi. Prinsip tersebut meliputi penghindaran riba, gharar, maisir, perilaku konsumsi yang tidak berlebihan (israf), serta pengelolaan keuangan yang bertanggung jawab. Oleh karena itu, konsep literasi keuangan syariah tetap relevan diterapkan kepada seluruh mahasiswa, baik yang pernah maupun yang belum pernah menggunakan produk keuangan syariah, karena setiap individu pada dasarnya dihadapkan pada berbagai keputusan keuangan dalam kehidupan sehari-hari, termasuk penggunaan layanan financial technology (fintech) seperti Shopee *Paylater*.

Dalam perspektif perilaku keuangan, penggunaan Shopee *Paylater* juga berkaitan erat dengan gaya hidup dan pola konsumsi modern. (Ananda & Pramesthi, 2025) menjelaskan bahwa gaya hidup hedonis yang berkembang di era digital, ditambah dengan intensitas promosi e-commerce, mendorong individu untuk memanfaatkan fasilitas *Paylater* sebagai sarana memenuhi kebutuhan non-esensial. Hal ini berpotensi memicu perilaku pembelian impulsif karena pengguna tidak langsung merasakan beban pembayaran pada saat transaksi dilakukan. Gaya hidup merupakan pola perilaku, minat, dan opini individu yang tercermin dalam cara mereka menggunakan waktu dan uang. Dalam studi pemasaran dan perilaku konsumen, gaya hidup sering dikaitkan dengan kebiasaan konsumsi, orientasi status sosial, serta preferensi dalam pengambilan keputusan pembelian. Pola gaya hidup tertentu seperti gaya hidup konsumtif atau hedonis dapat mendorong individu untuk melakukan transaksi yang tidak perlu atau bersifat *impulsive* terutama ketika dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan dorongan tren digital. Penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup konsumtif dikaitkan dengan peningkatan pengeluaran yang tidak terencana dan penggunaan instrumen pembayaran digital tanpa pertimbangan matang atas akibat finansialnya (Anindya, 2025). Penelitian (Girsang & Dewi, 2022) menegaskan bahwa gaya hidup merupakan salah satu determinan utama perilaku konsumtif mahasiswa, dimana orientasi konsumsi pada barang-barang trendi atau simbol status sosial sering kali dikaitkan dengan penggunaan fasilitas kredit digital. Hasil penelitian ini memperkuat temuan bahwa mahasiswa yang memiliki gaya hidup konsumtif cenderung lebih mudah terpengaruh oleh fitur dan promosi layanan digital seperti Shopee *Paylater*, sehingga penggunaan layanan tersebut lebih sering untuk barang non-pokok yang bersifat impulsif.

Dengan demikian fenomena *impulsive buying* atau pembelian *impulsive* juga menjadi fokus penting dalam konteks penggunaan layanan *Paylater*. Impulsive buying merupakan perilaku pembelian yang terjadi secara spontan, tanpa perencanaan sebelumnya, dan sering kali dipicu oleh rangsangan emosional atau situasional. Sistem BNPL yang menawarkan kemudahan pembayaran tanpa perlu uang tunai secara langsung berkontribusi terhadap peningkatan perilaku pembelian *impulsive* di kalangan pengguna muda. Dalam kajian perilaku konsumen, penelitian (Girsang & Dewi, 2022) menjelaskan *impulsive buying* didefinisikan sebagai keputusan membeli yang terjadi secara tiba-tiba, cepat, dan tanpa perencanaan sebelumnya, yang dalam banyak kasus dipicu oleh rangsangan emosional atau situasional. Perilaku ini mencerminkan kurangnya pengendalian diri dalam menghadapi dorongan untuk membeli suatu produk yang menarik perhatian, meskipun barang tersebut bukan kebutuhan esensial. Secara teoritis, fenomena ini sering dijelaskan menggunakan kerangka Stimulus-Organism-Response (SOR): di mana *stimulus* (misalnya promosi digital, notifikasi iklan, kemudahan transaksi) memicu *organism* berupa respons mental-emosional konsumen, yang kemudian menghasilkan *response* berupa tindakan pembelian *impulsive*. Kerangka ini telah banyak digunakan untuk memahami bagaimana faktor eksternal dan internal memengaruhi keputusan konsumen tanpa perencanaan rinci sebelumnya. Penelitian Costing juga menemukan bahwa *impulsive buying* berperan sebagai *mediator* yang signifikan antara gaya hidup, kemudahan akses, literasi keuangan, dan keputusan penggunaan Shopee *Paylater* di mana gaya hidup konsumtif dan

rendahnya literasi keuangan memperkuat kecenderungan pembelian *impulsive* yang pada akhirnya mendorong penggunaan layanan *Paylater*.

Mahasiswa berada pada fase transisi menuju kemandirian finansial, namun pada saat yang sama masih memiliki tingkat literasi keuangan yang beragam, khususnya literasi keuangan syariah. Rendahnya pemahaman terhadap prinsip pengelolaan keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai syariah dapat memengaruhi sikap dan keputusan mahasiswa dalam menggunakan fasilitas Shopee *Paylater*. Selain itu, gaya hidup modern yang cenderung konsumtif serta dorongan pembelian *impulsive* semakin memperkuat kecenderungan mahasiswa untuk memanfaatkan layanan *Paylater* tanpa mempertimbangkan risiko keuangan jangka panjang.

Universitas Muhammadiyah Jember sebagai institusi pendidikan berbasis nilai-nilai Islam memiliki mahasiswa dengan latar belakang sosial dan ekonomi yang beragam, sehingga menjadi konteks yang relevan untuk mengkaji penggunaan Shopee *Paylater* dari perspektif literasi keuangan syariah. Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember juga merupakan pengguna aktif platform e-commerce, yang menjadikan mereka objek penelitian yang tepat untuk memahami bagaimana literasi keuangan syariah, gaya hidup, dan perilaku pembelian *impulsive* memengaruhi penggunaan Shopee *Paylater*. Selain itu, Universitas Muhammadiyah Jember sebagai institusi pendidikan yang berlandaskan nilai-nilai Islam memiliki peran strategis dalam membentuk pola pikir dan perilaku ekonomi mahasiswa agar selaras dengan prinsip keuangan syariah. Hal ini membuat mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember menjadi objek yang relevan untuk mengkaji literasi keuangan syariah yang tidak hanya mencakup pemahaman produk keuangan tetapi juga kesesuaian praktik keuangan dengan prinsip syariah dalam kaitannya dengan perilaku keuangan modern seperti penggunaan *Paylater* (Haryanti & Azmi, 2023). Dengan demikian, mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember menjadi objek penelitian yang tepat untuk secara empiris mengidentifikasi hubungan antara literasi keuangan syariah, gaya hidup, *Impulsive Buying*, dan penggunaan Shopee *Paylater*. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai perilaku keuangan mahasiswa dalam menghadapi layanan keuangan digital serta menjadi dasar bagi pengembangan edukasi literasi keuangan syariah di lingkungan perguruan tinggi.

Sebagai tahap awal penelitian, peneliti melaksanakan pra-survey untuk mengidentifikasi fenomena dan kecenderungan awal yang berkaitan dengan penggunaan Shopee *Paylater* di kalangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember dengan 30 responden untuk memperoleh gambaran awal mengenai literasi keuangan syariah, gaya hidup, dan perilaku *impulsive buying* terhadap penggunaan Shopee *Paylater*. Pra-survey ini dilakukan sebagai langkah awal untuk mengidentifikasi fenomena yang terjadi di lapangan serta melihat kecenderungan penggunaan layanan Shopee *Paylater* di kalangan mahasiswa.

Tabel 1. 1 Persentase Pra Survey

Variabel	Presentase
Literasi Keuangan Syariah (X1)	40%
Gaya Hidup (X2)	70%
<i>Impulsive Buying</i> (X3)	60%
Penggunaan Shopee <i>Paylater</i> (Y)	70%

Sumber : Data diolah peneliti 2026

Berdasarkan hasil pra-survey yang dilakukan terhadap 30 mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember, diketahui bahwa tingkat literasi keuangan syariah mahasiswa masih tergolong rendah, dengan persentase sebesar 40%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa belum memahami secara memadai aspek keuangan syariah dalam penggunaan layanan *Paylater*. Di sisi lain, gaya hidup mahasiswa menunjukkan kecenderungan yang cukup tinggi, yaitu sebesar 70%, yang mencerminkan perilaku konsumtif dalam berbelanja online. Selain itu, perilaku *impulsive buying* juga tergolong tinggi dengan persentase 60%, menandakan bahwa mahasiswa sering melakukan pembelian secara spontan tanpa perencanaan yang matang. Kondisi tersebut sejalan dengan tingginya tingkat penggunaan Shopee *Paylater* yang mencapai 70%. Hasil pra-survey ini mengindikasikan bahwa rendahnya literasi keuangan syariah serta tingginya gaya hidup dan *impulsive buying* diduga berkontribusi terhadap penggunaan Shopee *Paylater* pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember, sehingga penelitian lebih lanjut perlu dilakukan untuk menguji pengaruh antar variabel tersebut secara empiris. Namun data persentase masih bersifat sementara dari diperoleh dari jumlah responden yang belum mencukupi jumlah sampel penelitian yang direncanakan.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa penggunaan Shopee *Paylater* dipengaruhi oleh berbagai faktor, terutama gaya hidup, literasi keuangan, literasi keuangan syariah, dan *impulsive buying*. Namun, temuan empiris menunjukkan ketidakkonsistenan hasil (*research inconsistency*) serta keterbatasan fokus variabel, sehingga membuka ruang bagi penelitian lanjutan. literasi keuangan dalam banyak penelitian ditemukan berpengaruh positif terhadap penggunaan *Paylater* (Fitri & Mardiana, 2025), (Prazadhea & Fitriyah, 2023) yang mengindikasikan bahwa pemahaman keuangan belum tentu menekan penggunaan *Paylater*. Sebaliknya, penelitian yang menggunakan literasi keuangan syariah justru menunjukkan pengaruh negatif terhadap penggunaan Shopee *Paylater* (Irawan, 2026), (Miranda 2024) Perbedaan arah pengaruh ini menunjukkan adanya research gap konseptual, khususnya dalam membedakan literasi keuangan konvensional dan literasi keuangan syariah, yang masih jarang dikaji secara mendalam dalam satu kerangka penelitian. Variabel gaya hidup secara umum terbukti berpengaruh positif dan dominan terhadap penggunaan Shopee *Paylater* (Carnado & Rahmayanti, 2023), (Mariyani & Risanta, 2025), (Nursasi et al., 2025) Namun, sebagian penelitian hanya memposisikan gaya hidup sebagai variabel bebas tunggal atau dikaitkan dengan hedonisme, tanpa menguji interaksinya dengan literasi keuangan syariah dan *impulsive buying* secara simultan, khususnya pada kelompok mahasiswa. Perilaku *impulsive*

buying secara konsisten terbukti berpengaruh signifikan dan bahkan dominan terhadap penggunaan Shopee *Paylater* (Mariyani & Risanta, 2025) dan (Restike et al., 2024) Namun, sebagian penelitian hanya mengaitkan *impulsive buying* dengan perilaku pengeluaran, bukan langsung pada penggunaan *Paylater* sebagai alat pembiayaan, sehingga hubungan kausalnya belum sepenuhnya tergambarkan.

Sebagian besar penelitian terdahulu mengenai penggunaan *Paylater* berfokus pada variabel literasi keuangan umum, kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, gaya hidup, serta *impulsive buying*. Penelitian tersebut umumnya menggunakan pendekatan perilaku konsumen konvensional dan teori *planned behavior* tanpa mengintegrasikan dimensi normatif Islam secara eksplisit. Sementara itu, kajian literasi keuangan syariah lebih banyak diarahkan pada produk perbankan syariah, investasi syariah, atau kesejahteraan, bukan pada fenomena kredit digital konsumtif seperti *Paylater*. Di sinilah letak kebaruan utama penelitian ini. Kontribusi penelitian bukan sekadar pada kombinasi variabel literasi keuangan syariah, gaya hidup, dan *impulsive buying*, melainkan pada pengujian literasi keuangan syariah sebagai variabel normatif-nilai (*value-based construct*) dalam konteks penggunaan *Paylater* digital pada mahasiswa. Penelitian ini memposisikan literasi keuangan syariah tidak hanya sebagai pengetahuan finansial, tetapi sebagai pemahaman terhadap prinsip *maqashid* syariah, larangan *riba*, pengendalian konsumsi (*israf*), serta tanggung jawab moral dalam transaksi keuangan.

Secara teoretis, penelitian ini memperluas pengembangan literasi keuangan syariah dari sekadar variabel edukatif menjadi variabel normatif yang memengaruhi keputusan penggunaan produk keuangan digital. Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi dasar perumusan strategi edukasi keuangan berbasis nilai Islam di lingkungan perguruan tinggi, khususnya dalam menghadapi penetrasi layanan *Paylater* yang terus meningkat.

Selain itu, sebagian besar penelitian terdahulu belum secara khusus meneliti mahasiswa sebagai subjek penelitian dalam perspektif ekonomi Islam. Mahasiswa memiliki karakteristik unik, yaitu berada pada fase usia produktif, aktif menggunakan teknologi digital, dan rentan terhadap gaya hidup konsumtif serta perilaku *impulsive* namun di sisi lain dibekali dengan nilai religius dan pemahaman keuangan syariah. Kondisi ini menciptakan adanya paradoks perilaku, di mana nilai-nilai syariah yang menekankan kehati-hatian finansial berpotensi bertentangan dengan praktik penggunaan *Paylater* dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang mampu menjelaskan bagaimana literasi keuangan syariah, gaya hidup, dan *impulsive buying* secara persial memengaruhi penggunaan Shopee *Paylater*.

Berdasarkan adanya ketidakkonsistenan hasil penelitian, keterbatasan variabel, serta perbedaan karakteristik objek penelitian pada studi-studi sebelumnya, peneliti tertarik untuk mengkaji kembali pengaruh literasi keuangan syariah, gaya hidup, dan *impulsive buying* terhadap penggunaan Shopee *Paylater*. Penelitian ini diharapkan dapat mengisi *research gap* yang ada, baik secara teoritis maupun empiris, serta memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai perilaku penggunaan *Paylater* pada mahasiswa dalam perspektif ekonomi Islam.

1.2 Rumusan Masalah

Perkembangan layanan *Paylater* sebagai bagian dari inovasi financial technology telah memengaruhi pola konsumsi mahasiswa. Namun, di tengah meningkatnya penggunaan layanan tersebut, tingkat literasi keuangan syariah masyarakat Indonesia berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan masih relatif terbatas dibanding literasi keuangan konvensional. Penelitian terdahulu umumnya menyoroti literasi keuangan secara umum, belum secara spesifik menguji literasi keuangan syariah dalam konteks penggunaan *Paylater* digital berbasis nilai Islam pada mahasiswa. Oleh karena itu, diperlukan penelitian untuk mengkaji bagaimana literasi keuangan syariah memengaruhi keputusan penggunaan *Paylater*.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah penelitian ini disusun sebagai berikut:

1. Apakah Literasi Keuangan Syariah Berpengaruh Signifikan terhadap Penggunaan Shopee *Paylater* Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember?
2. Apakah Gaya Hidup Berpengaruh Signifikan terhadap Penggunaan Shopee *Paylater* Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember?
3. Apakah *Impulsive Buying* berpengaruh Signifikan terhadap Penggunaan Shopee *Paylater* Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah terhadap keputusan penggunaan *Paylater* pada mahasiswa. Penelitian ini juga bertujuan mempertegas kontribusi ilmiah melalui pengujian literasi keuangan syariah dalam konteks layanan *Paylater* digital berbasis nilai Islam, sehingga memberikan pengayaan teoretis dan implikasi praktis bagi pengembangan edukasi keuangan syariah di era digital.

1. Menganalisis dan Menguji Pengaruh Signifikan Literasi Keuangan Syariah terhadap Penggunaan Shopee *Paylater* Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember
2. Menganalisis dan Menguji Pengaruh Signifikan Gaya Hidup terhadap Penggunaan Shopee *Paylater* Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember
3. Menganalisis dan Menguji Pengaruh Signifikan *Impulsive Buying* terhadap Penggunaan Shopee *Paylater* Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dalam hal berikut:

1. Bagi penulis

Memperluas wawasan serta pemahaman mendalam mengenai literasi keuangan syariah, gaya hidup, dan *impulsive buying* dalam kaitannya dengan penggunaan layanan *Shopee Paylater*. Melalui proses penelitian yang sistematis, peneliti memperoleh pengalaman empiris dalam pengumpulan, pengolahan, dan analisis data kuantitatif, sehingga meningkatkan kemampuan metodologis dan keterampilan akademik yang relevan untuk pengembangan diri di bidang ekonomi dan keuangan syariah.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan hasil penelitian ini bermanfaat dalam meningkatkan pengetahuan dan dapat memberikan informasi sebagai referensi dan perbandingan bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian terkait permasalahan ini sehingga dapat melanjutkan pencariannya. menjadi pencarian yang lebih baik lagi dan dapat menambah referensi perpustakaan.

3. Bagi Akademisi

Diharapkan Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengayaan literatur ilmiah dalam bidang keuangan syariah, perilaku konsumen, serta layanan keuangan digital. Hasil penelitian dapat dijadikan referensi dalam proses pembelajaran, pengembangan teori, maupun penyusunan kurikulum yang relevan dengan perkembangan ekonomi digital dan fintech syariah. Dengan demikian, penelitian ini membantu memperkuat basis pengetahuan akademik dan mendorong diskursus ilmiah yang lebih luas di lingkungan pendidikan tinggi.

