SANTRI : Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam
Volume 4 Nomor 5 Oktober 2026
e-ISSN: 3025-7948; p-ISSN: 3025-5910, Hal. 133-147
DOI: https://doi.org/10.61132/santri.v4i5.2689
Tersedia: https://journal.areai.or.id/index.php/SANTRI

Pengaruh *Behavioral intention*, *Fear of Missing Out* (FoMO), dan Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Penggunaan Layanan *Paylater* dalam Berbelanja *Online* Mahasiswa Muslim di Jawa Timur

Alvan Rizky Alhanief[1*], Rachma Indrarini[2]
[1-2]Ekonomi Islam, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia
**Penulis Korespondensi: alvan.23089@mhs.unesa.ac.id*

Abstract. *The rapid growth of digital finance has made Paylater A common payment option for online shopping among university students. However, previous studies have generally examined behavioral intention, Fear of Missing Out (FoMO), and Islamic finacial lieracy separately, and have focused more on intention than on actual usage decision. This study aims to analyze the effect of behavioral intention, FoMO, dan Islamic finacial literacy on the decision of Muslim university students in East Jave to use Paylater services for online shopping. A quantitative assiciative wa applied through a closed-ended Likert-scale questionnaire distributed online to 150 Muslim students who had used Paylater. The data were analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS 4. The results show that behavioral intention, FoMO, and Islamic financial literacy each have a positive and significant effect on the decision to use Paylater, and together explain 63,4% of its variation. FoMO shows the largest path coefficient among the three variables, while Islamic financial literacy does not yet function as a restraint on Paylater use. These findings imply that financial education in higher education should address peer pressure, and that service providers should present costs and installment schemes more clearly to users.*

Keywords*: Behavioral Intention; Fear of Missing Out; Islamic Financial Literacy; Muslim Students; Paylater.*

Abstrak. Layanan *Paylater* kini banyak digunakan mahasiswa untuk berbelanja online, termasuk di Jawa Timur. Namun, penelitian terdahulu umumnya mengkaji *behavioral intention, Fear of Missing Out* (FoMO), dan literasi keuangan syariah secara terpisah serta lebih memerhatikan minat daripada keputusan penggunaan yang sebenarnya. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *beahvioral intention,* FoMO, dan literasi keuangan syariah terhadap keputusan penggunaan layanan *Paylater* dalam berbelanja *onlien* pada mahasiswa muslim di Jawa Timur. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif asosiatif dengan kuesioner tertutup berskala *Likert* yang disebarkan secara *online* kepada 150 mahasiswa muslim pengguna *Paylater*. Data dianalisis menggunakan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa behavioral intention, FoMO, dan literasi keuangan syariah masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *Paylater*, dengan kemampuan menjelaskan variasi keputusan penggunaan sebesar 63,4% FoMO memiliki koefisien jalur terbesar, sedangkan literasi keuangan syariah belum berperan sebagai penahan penggunaan *Paylater*, Temuan ini berimplikasi pada perlunya edukasi keuangan di perguruan tinggi yang memasukkan pengelolaan tekanan pergaulan, serta penyedia layanan yang menyajikan informasi biaya dan skema cicilan secara jelas kepada pengguna.

Kata kunci: *Behavioral Intention*; *Fear of Missing Out*; Keputusan penggunaan; Literasi Keuangan Syariah; Paylater.

1. LATAR BELAKANG

Transformasi ekonomi digital telah banyak mengubah cara mahasiswa memenuhi kebutuhan sehari-hari termasuk dalam memilih metode pembayaran saat berbelanja *online.* Salah satu layanan yang kini paling banyak dimanfaatkan untuk keperluan tersebut adalah *Paylater,* termasuk di kalangan mahasiswa di Jawa Timur. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat baki debit kredit *Buy Now Pay Later* (BNPL) di sektor perbankan tumbuh 37,29 persen secara tahunan menjadi Rp29,3 triliun per April 2026, dengan jumlah rekening mencapai 31,76 juta (OJK 2026). Pertumbuhan ini sejalan dengan tingginya penetrasi nasional yang mencapai 81,72 % pada 2026 (APJII, 2026) dan besarnya populasi digital *native* yang

Naskah Masuk: 30 September 2026; Revisi: 08 Oktober 2026; Diterima: 25 Oktober 2026; Terbit: 31 Oktober 2026

kini didominasi Generasi Z sebesar 24,93 % dari total penduduk Indonesia (BPS, 2026). Di Surabaya secara khusus, mahasiswa menjadi salah satu kelompok pengguna *Paylater* yang terus meningkat seiring gaya hidup konsumtif serta tekanan sosial dari lingkungan sekitarnya (Candika et al., 2025).

Fenomena ini menjadi semakin penting mengingat keputusan yang diambil tanpa mempertimbangkan dengan matang dapat berpotensi ke pemborosan, sebagaimana diingatkan dalam Al-Qur'an surah Al-Isra'(17) : 26-27 yang menekankan larangan bersikap boros dan perintah membelanjakan harta secara bijak (Kementerian Agama RI, 2019), dan berdampak langsung pada keuangan mahasiswa itu sendiri. Larangan tersebut sejalan dengan prinsip konsumsi islami yang mengajurkan pola hidup secukupnya dan mengutamakan pemenuhan kebutuhan di atas keinginan, sehingga gaya hidup konsumtif dipandang tidak sesuai dengan ajaran Islam (Fajirin, Rachma, 2021). Dalam kedudukan nasional, Jawa Timur adalah salah satu daerah yang penting untuk memperhatikan masalah ini. Provinsi ini mencatatkan diri sebagai wilayah dengan jumlah perguruan tinggi negeri (PTN) terbanyak di Indonesia, dari total 335 perguruan tinggi negeri dan swasta yang ada , dengan jumlah mahasiswa aktif 1.029.171 orang (Badan Pusat Statistik 2025). Selain mempertimbangkan skala populasi, pemilihan mahasiswa Muslim sebagai subjek penelitian didasarkan pada relevansi konseptual, mengingat variabel literasi keuangan syariah yang menjadi fokus penelitian ini hanya dapat dijelaskan secara utuh dalam kerangka nilai-nilai Islam. Dengan demikian, penting untuk mengutarakan faktor-faktor yang mendorong keputusan mahasiswa Muslim di Jawa Timur menggunakan layanan *Paylater*.

Sejumlah penelitian terdahulu mengungkap faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam memanfaatkan layanan pembiayaan digital, khususnya BNPL*Paylater*. Berdasarkan pada *Technology Acceptance Model* (TAM), niat berperilaku (*behavioral intention*) terbukti memengaruhi penggunaan aktual suatu layanan keuangan berbasis teknologi (Julyazti & Adrianto, 2023). Pada konteks BNPL/*Paylater* (Wulandari & Ramadhan, 2026) menemukan bahwa literasi keuangan dan FoMO berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan layanan BNPL pada Generasi Z. Sejalan dengan itu, (Harahap et al., 2023) dalam tinjauan *maqashid syariah* menemukan bahwa FoMO dan penggunaan aplikasi *Paylater* berpengaruh terhadap perilaku *impulse buying* mahasiswa. Sementara itu, dari sisi literasi keuangan syariah, (Afif, Rachma, 2024) menemukan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap minat mahasiswa di Surabaya dalam menggunakan Shopee *Paylater.* Temuan ini sejalan dengan (Muthi'ah & Indrarini, 2023) yang menunjukkan bahwa literasi

keuangan dan persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan dompet digital syariah.

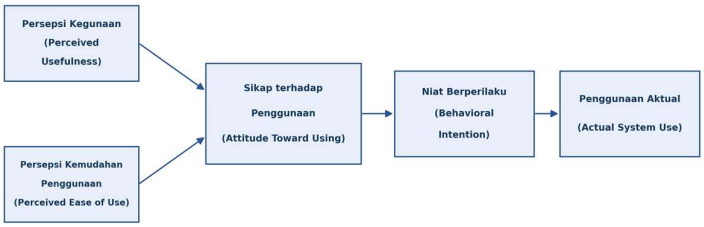
Namun, penelitian yang ada umumnya mengkaji variabel *behavioral intention*, FoMO, dan literasi keuangan syariah secara terpisah serta pada subjek dan lokasi yang beragam. Selain itu, sebagian besar penelitian lebih memperhatikan minat pembeli atau pembelian spontan daripada keputusan sebenarnya untuk menggunakan layanan *Paylater*. Berdasarkan telaah literatur yang telah dilakukan, belum ada penelitian sebelumnya yang mengintegrasikan ketiga variabel ini ke dalam satu model untuk mengkaji pengaruh masing-masing variabel terhadap keputusan penggunaan *Paylater*, khususnya di kalangan mahasiswa Muslim di Jawa Timur.

Kebaruan penelitian ini terletak pada pengintegrasian pengaruh *behavioral intention*, FoMO, dan literasi keuangan syariah ke dalam satu model penelitian untuk menganalisis dampaknya masing-masing terhadap keputusan penggunaan layanan *Paylater* untuk belanja *online*. Pendekatan ini menjembatani aspek psikologis-perilaku dengan literasi keuangan syariah dalam konteks mahasiswa muslim di Jawa Timur sebuah wilayah yang masih minim mendapat perhatian dalam penelitian terdahulu. Berdasarkan latar belakang tersebut, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh niat berperilaku*, Fear of Missing Out* (FoMO), dan literasi keuangan syariah terhadap keputusan mahasiswa Muslim di Jawa Timur dalam menggunakan layanan Paylater untuk belanja *online*.

2. KAJIAN TEORITIS

Technology Acceptance Model (TAM)

Model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model*/TAM) merupakan model yang menguraikan proses penerimaan serta pemanfaataan teknologi oleh para individu, yang telah dikembangkan oleh (Davis, 1989). Model ini menjelaskan bahwa penerimaan terhadap teknologi pada dasarnya bergantung pada dua keyakinan utama, yaitu persepsi akan manfaat teknologi dan persepsi kemudahan dalam menggunakan teknologi tersebut (Davis, 1989). Kedua keyakinan tersebut membentuk sikap terhadap penggunaan (*attitude toward using*), selanjutnya yaitu memengaruhi niat berperilaku (*behavioral intention*) dan pada akhirnya menentukan penggunaan aktual (*actual system use*). Penelitian terkini pada layanan digital, seperti platform konferensi video pada konsumen Generasi Y dan Z, turut mengonfirmasi bahwa persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan menjadi prediktor kuat niat berperilaku penggunaan (Denovan, 2025). Prinsip yang sama relevan diterapkan pada konteks penelitian ini, yaitu layanan *Paylater* yang dipilih mahasiswa dalam berbelanja *online*.



Gambar 1. Kerangka Dasar Technology Acceptance Model (TAM)

Sumber: Diadaptasi dari Davis (1989)

Keputusan Penggunaan (Y)

Keputusan penggunaan adalah proses yang dilalui oleh mahasiswa dalam memilih suatu layanan, mulai dari menyadari kebutuhan hingga menilai pengalaman setelah menggunakannya (Dalem, 2025). Dalam penelitian ini, proses pengambilan keputusan penggunaan layanan *Paylater* dilalui melalui indikator-indikator kebutuhan untuk melakukan pembelian, mencari informasi mengenai layanan Paylater, menilai alternatif metode pembayaran, memilih untuk menggunakan *Paylater*, dan mengevaluasi pengalaman setelah menggunakan layanan tersebut (Dalem, 2025).

Behavioral Intention

Behavioral intention atau niat berperilaku merupakan tingkat kesiapan emosional dan kognitif seseorang untuk mengeksekusi suatu tindakan dan merupakan determinan paling dekat yang memicu terjadinya tindakan nyata (Riswandi, 2024). Dalam kajian ini, *behavioral intention* diukur melalui indikator: niat untuk menggunakan *Paylater* di masa depan, niat untuk menggunakan dalam keseharian, dan rencana untuk menggunakan secara sering (Riswandi, 2024).

Fear of Missing Out (*FoMO*)

Fear of Missing Out (FoMO) merupakan suatu kondisi kecemasan psikologis yang dialami individu Ketika merasa dirinya tertinggal dari berbagai momen, infromasi, atau tren yang sedang menjadi pusat perhatian dalam komunitas sekitarnya (Harahap et al., 2023). Dalam penelitian ini, FoMO diukur melalui indikator: rasa takut tertinggal promosi atau tren belanja, kekhawatiran tidak dapat mengikuti gaya hidup teman sebaya, dan kecemasan saat melewatkan penawaran terbatas dari layanan *Paylater* (Harahap et al., 2023).

Literasi Keuangan Syariah

`Literasi keuangan syariah bukan sekadar pemahaman tentang pengelolaan uang, melainkan mencakup kemampuan menilai dan mengeksekusi keputusan finansial agar tetap berada dalam koridor syariat Islam, termasuk pemahaman atas larangan riba, *gharar*, dan *maysir* (Amanda & Fadhilah, 2026). Dalam penelitian ini, literasi keuangan syariah diukur

melalui indikator: memahami konsep dasar keuangan syariah, memahami produk keuangan syariah, dan memahami layanan keuangan syariah (Amanda & Fadhilah, 2026).

Penelitian Terdahulu dan Pengembangan Hipotesis

Julyazti & Adrianto, (2023) menemukan bahwa *behavioral intention* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku penggunaan layanan keuangan berbasis teknologi oleh nasabah, menunjukkan bahwa semakin kuat niat seseorang, semakin tinggi pula kemungkinan untuk benar-benar menggunakan layanan tersebut. Sejalan dengan itu, (Noor, 2025) menemukan bahwa FoMO secara signifikan mendorong *instant gratification* hingga berujung pada penggunaan *Buy Now Pay Later* (BNPL) pada Generasi Z, temuan yang diperkuat oleh (Wulandari & Ramadhan, 2026) yang menunjukan bahwa FoMO berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan BNPL.

Selain itu, (Wulandari & Ramadhan, 2026) juga menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan BNPL, sejalan dengan temuan (Amanda & Fadhilah, 2026) yang menunjukan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Shopee *Paylater* pada mahasiswa muslim, serta (Afif, Rachma, 2024), pada mahasiswa di Surabaya yang menemukan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap minat menggunakan Shopee *Paylater.*

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini mengajukan tiga hipotesis: H1: *Behavioral intention* berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan layanan *Paylater*. H2: *Fear of Missing Out* (FOMO) berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan layanan *Paylater*. H3: Literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap keputusan penggunaan layanan *Paylater*.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif untuk menganalisis pengaruh *Behavioral Intention*, *Fear of Missing Out* (FoMO), dan Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Penggunaan layanan *Paylater* dalam berbelanja *online* (Sugiyono, 2023). Data primer dikumpulkan melalui kuesioner tertutup berskala Likert 1-5 yang disebarkan secara *online* melalui berbagai *platform* media sosial, seperti TikTok, Instagram, X, dan WhatsApp, kemudian diolah menggunakan pendekatan Structural Equation Modeling berbasis *Partial Least Squares* (PLS-SEM) dengan *software* SmartPLS. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa muslim yang berdomisili di Jawa Timur dan pernah menggunakan layanan *Paylater* dalam berbelanja online, dengan teknik *non-probability sampling* (Sugiyono, 2023). Mengikuti pedoman (Hair, Hult, Ringle, 2013) mensyaratkan ukuran sampel minimal sepuluh kali jumlah indikator pada konstruk dengan indikator

terbanyak, ditetapkan jumlah sampel minimal sebanyak 140 responden. Kriteria responden meliputi mahasiswa aktif di perguruan tinggi di Jawa Timur, beragama Islam, pernah menggunakan layanan *Paylater* seperti Shopee *PayLater*, GoPay Later, Kredivo, Akulaku, atau jenis *Paylater* lainnya, serta bersedia berpartisipasi dalam penelitian.

Analisis dilakukan dengan mengevaluasi model pengukuran luar (*outer model*) meliputi, uji validitas konvergen (*loading factor* dan *Avarage Variance Etraxted*/AVE), uji validitas diskriminan (*Fornell-Larcker criterion* dan *cross loading)*, serta uji reliabilitas (*Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*) dan evaluasi model dalam (*inner model*) melalui uji *R-Square, F-Square* (f^2), dan *Q-Square* (Q^2) (Hair, Hult, Ringle, 2013). Pengujian hipotesis dilakukan dengan metode *bootstrapping* untuk mendapatkan nilai koefisien jalur *(path coefficient*), *t-statistic,* dan *p-value,* dengan kriteria pengambilan keputusan pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0{,}05$), yaitu hipotesis diterima jika nilai statistik t lebih besar dari 1,96 atau nilai p lebih kecil dari 0,05.

Tabel 1. Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	Indikator	Referensi	Skala Likert
Behavioral Intention (X_1)	1. Niat untuk menggunakan di masa depan 2. Niat untuk menggunakan dalam keseharian 3. Rencana untuk menggunakan secara sering	(Riswandi, 2024)	1-5
Fear of Missing Out (FoMO) (X_2)	1. Fear (rasa takut) 2. Worry (kekhawatiran) 3. Anxiety (kecemasan)	(Harahap et al., 2023)	1-5
Literasi Keuangan Syariah (X_3)	1. Kemampuan memahami konsep dasar keuangan syariah 2. Kemampuan memahami produk keuangan syariah 3. Kemampuan memahami layanan keuangan syariah	(Amanda & Fadhilah, 2026)	1-5
Keputusan Penggunaan (Y)	1. Pengenalan masalah 2. Pencarian informasi 3. Penilaian alternatif 4. Pilihan pemakaian 5. Perilaku pasca penggunaan	(Dalem, 2025)	1-5

Sumber: Data Diolah, 2026

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan data primer dilakukan secara *online* melalui kuesioner tertutup berskala Likert 1-5 yang disebarluaskan pada tahun 2026 melalui berbagai platform media sosial (TikTok, Instagram, X, dan WhatsApp) kepada mahasiswa muslim yang berdomisili di Jawa Timur dan pernah menggunakan layanan *Paylater* dalam berbelanja *online*. Setelah dilakukan penyaringan berdasarkan kriteria responden, jumlah responden yang diperoleh dan layak diolah dalam penelitian ini sebanyak 150 responden, memenuhi ukuran sampel minimal yang

disyaratkan (Hair, Hult, Ringle, 2013). Data selanjutnya diolah menggunakan pendekatan *Partial Least Squares–Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan *software* SmartPLS 4 (Yamin, 2023)

Karakteristik Responden

Jumlah responden dengan karakteristik sebagai berikut : didominasi oleh laki-laki (52,0%), meskipun proporsinya tidak jauh berbeda dengan perempuan (48,0%); berdasarkan usia, mayoritas responden berada pada rentang 21-23 tahun (54,7%), diikuti 18-20 tahun (36,0%), yang mengindikasikan responden sebagian besar merupakan mahasiswa pada semester pertengahan hingga akhir; dari sisi domisili, responden tersebar di berbagai wilayah Jawa Timur dengan konsentrasi terbesar di Surabaya (37,3%), diikuti Malang (12,7%) dan Sidoarjo (10,7%); dan terkait layanan yang digunakan, ShopeePayLater menjadi layanan paling dominan (76,0%), diikuti GoPay Later (34,7%) dan Kredivo (18,0%), yang mencerminkan tingginya integrasi paylater dengan platform e-commerce dalam kebiasaan belanja daring mahasiswa Muslim di Jawa Timur. Rincian karakteristik responden secara lengkap pada Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik responden

Karakteristik	Kategori	Jumlah (n)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	78	52,0
	Perempuan	72	48,0
Usia	18–20 tahun	54	36,0
	21–23 tahun	82	54,7
	24–26 tahun	11	7,3
	> 26 tahun	3	2,0
Domisili/Kota	Surabaya	56	37,3
	Malang	19	12,7
	Sidoarjo	16	10,7
	Lamongan	10	6,7
	Gresik	7	4,7
	Jember	6	4,0
	Mojokerto	6	4,0
	Pasuruan	6	4,0
	Kediri	5	3,3
	Wilayah Jawa Timur lainnya	19	12,7
Layanan Paylater yang Digunakan	ShopeePayLater	114	76,0
	GoPay Later	52	34,7
	Kredivo	27	18,0

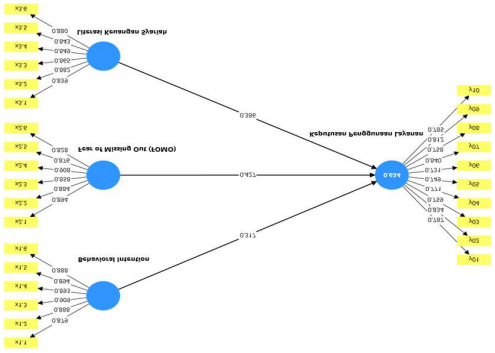
Karakteristik	Kategori	Jumlah (n)	Persentase (%)
	Akulaku	12	8,0
	Traveloka PayLater	7	4,7
	TikTok PayLater	1	0,7
Total	-	150	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Evaluasi Outer Model (Model Pengukuran)

Convergent Validity (Outer Loading)

Evaluasi Convergent validity dilakukan dengan melihat nilai outher loading, kriteria yang menjadi syarat indikator dikatakan valid apabila nilainya melebihi 0.70 (J. Hair & Alamer, 2022).



Gambar 2. Model Struktural PLS-SEM

Pada gambar 2 menunjukkan seluruh indikator (x1.1–x1.6, x2.1–x2.6, x3.1–x3.6, dan y01–y10) memiliki nilai outer loading di atas 0,70, dengan rentang 0,731–0,909, sehingga seluruh indikator dinyatakan valid secara konvergen dan layak dipertahankan dalam model.

Reliabilitas dan Validitas Konvergen

Uji reliabilitas dinilai melalui nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* (rho_a dan rho_c), dengan ambang batas 0,70 (J. Hair & Alamer, 2022), sedangkan validitas konvergen dinilai melalui *Average Variance Extracted* dengan ambang batas 0,50.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas dan Validitas Konvergen

Konstruk	Cronbach's Alpha	Composite Reliability (rho_a)	Composite Reliability (rho_c)	AVE
Behavioral Intention	0,9486	0,9510	0,9589	0,7956
Fear of Missing Out (FoMO)	0,9388	0,9447	0,9514	0,7656
Keputusan Penggunaan Layanan	0,9301	0,9336	0,9407	0,6136
Literasi Keuangan Syariah	0,9296	0,9390	0,9444	0,7391

Sumber: Output SmartPLS 4, 2026

Pada tabel 3 menunjukan seluruh nilai *Cronbach's Alpha* (0,9296–0,9486) dan *Composite Reliability* (0,9336–0,9589) berada jauh di atas ambang 0,70, sehingga seluruh konstruk dinyatakan reliabel. Nilai AVE keempat konstruk juga berkisar antara 0,6136 (Keputusan Penggunaan Layanan) hingga 0,7956 (*Behavioral Intention*), seluruhnya di atas 0,50, sehingga validitas konvergen model terpenuhi.

Validitas Diskriminan (HTMT)

Validitas diskriminan dievaluasi dengan kriteria Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) untuk menunjukkan bahwa setiap konstruk laten secara empiris berbeda dari konstruk lainnya, dengan ambang batas nilai HTMT di bawah 0,90 (Roemer et al., 2021)

Tabel 4. Hasil Uji Diskriminan Validitas Berdasarkan HTMT

Konstruk	*Behavioral Intention*	*Fear of Missing Out* (FoMO)	Keputusan Penggunaan Layanan	Literasi Keuangan Syariah
Behavioral Intention	-			
Fear of Missing Out (FOMO)	0,551	-		
Keputusan Penggunaan Layanan	0,591	0,662	-	
Literasi Keuangan Syariah	0,103	0,124	0,506	-

Sumber: Output SmartPLS 4, 2026

Pada tabel 4 menunjukan seluruh nilai HTMT berkisaran antara 0,103 (Literasi Keuangan Syariah ↔ *Behavioral Intention*) hingga 0,662 (Keputusan Penggunaan Layanan ↔ *Fear of Missing Out*), seluruhnya di bawah 0,90, sehingga validitas diskriminan model terpenuhi.

Evaluasi *Inner* Model (Model Struktural)

R-Square (R²)

Nilai R-square digunakan untuk mengukur proporsi variasi variabel endogen yang mampu dijelaskan oleh variabel eksogen, dengan ketentuan 0,75 kuat, 0,50 moderat, dan 0,25 lemah (J. Hair & Alamer, 2022).

Tabel 4. R-*Square*

Variabel Endogen	R-square	R-square adjusted
Keputusan Penggunaan Layanan	0,634	0,627

Sumber: Output SmartPLS 4, 2026

Pada tabel 5 menunjukan nilai R-*square* sebesar 0,634 (R-*square adjusted* 0,627), yang berarti *Behaviroal Intention*, *Fear of Missing Out* (FoMO), dan Literasi Keuangan Syariah secara bersama-sama mampu menjelaskan 63,4% variasi Keputusan Penggunaan Layanan *Paylater*, tergolong kategori moderat menuju kuat.

F-Square (f^2)

Nilai f-square digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh suatu variabel eksogen terhadap variabel endogen, dengan ketentuan 0.002 pengaruh kecil, 0,15 pengaruh sedang, dan 0,35 pengaruh besar (J. Hair & Alamer, 2022).

Tabel 6. F-Square

Hubungan Antar Variabel	f-square	Keterangan
Behavioral Intention → Keputusan Penggunaan Layanan	0,200	Sedang
Fear of Missing Out (FoMO) → Keputusan Penggunaan Layanan	0,359	Besar
Literasi Keuangan Syariah → Keputusan Penggunaan Layanan	0,402	Besar

Sumber: Output SmartPLS 4, 2026

Pada tabel 6 menunjukan pengaruh *Behavioral Intention* tergolong sedang ($f^2 = 0{,}200$), sedangkan *Fear of Missing Out* ($f^2 = 0{,}359$) dan Literasi Keuangan Syariah ($f^2 = 0{,}402$) tergolong besar terhadap Keputusan Penggunaan Layanan *Paylater*.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan melalui metode *bootstrapping* untuk mendapatkan nilai koefisien jalur (*path coefficient*), statistik-T, dan nilai-P, dengan hipotesis dikatakan diterima (signifikan) apabila nilai statistik-T lebih besar dari 1,96 dan nilai P lebih kecil dari 0,05, pada taraf signifikansi 5% (J. Hair & Alamer, 2022)

Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis (Path Coefficient)

Hipotesis	Hubungan Antar Variabel	Original Sample (O)	STDEV	T Statistics	P Values	Keterangan
H1	*Behavioral Intention* → Keputusan Penggunaan Layanan	0,317	0,066	4,788	0,000	Signifikan (Diterima)
H2	*Fear of Missing Out* (FoMO) → Keputusan Penggunaan Layanan	0,427	0,070	6,069	0,000	Signifikan (Diterima)
H3	Literasi Keuangan Syariah → Keputusan Penggunaan Layanan	0,386	0,055	6,965	0,000	Signifikan (Diterima)

Sumber: Output SmartPLS 4, 2026

Pada tabel 8 menunjukan ketiga jalur struktural terbukti signifikan pada taraf 5% (p=000 dan T-statistic > 1,96), yaitu *Behavioral Intention* ($\beta = 0{,}317$; $t = 4{,}788$), *Fear of Missing Out* ($\beta = 0{,}427$; $t = 6{,}069$), dan Literasi Keuangan Syariah ($\beta = 0{,}386$; $t = 6{,}965$). Dengan demikian H1, H2, dan H3 seluruhnya diterima, yang berarti *Behavioral Intention, Fear of Missing Out (FoMO),* dan Literasi Keuangan Syariah masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Layanan *Paylater.*

Pembahasan

Pengaruh Behavioral Intention terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Paylater

Hasil pengujian hipotesis menunjukan bahwa *behavioral intention* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan layanan *Paylater* dalam berbelanja *online* pada mahasiswa muslim di Jawa Timur. Hal ini terjadi karena niat berperilaku mencerminkan kesiapan mahasiswa untuk bertindak. Mahasiswa yang sudah berniat menggunakan *Paylater* di masa depan, berniat memakainya dalam keseharian, dan merencanakan penggunaannya secara sering yang telah melewati tahap pertimbangan awal, sehingga ketika kebutuhan berbelanja muncul, niat tersebut lebih mudah diwujudkan menjadi keputusan penggunaan. Peralihan dari niat ke tindakan ini juga dipermudah oleh kebiasaan bertransaksi nontunai di kalangan generasi muda, sebagaimana ditunjukkan (Abiba, Rachma, 2021) bahwa penggunaan uang elektronik berbasis *server* berpengaruh terhadap terciptanya gerakan *less cash society* pada generasi muda di Surabaya.

Temuan ini sejalan dengan penelitian (Julyazti & Adrianto, 2023) yang menemukan bahwa *behavioral intention* berpengaruh terhadap *user behavior* nasabah dalam menggunakan layanan keuangan berbasis teknologi. Penelitian ini memperluas temuan tersebut dari konteks nasabah layanan keuangan ke konteks mahasiswa muslim yang menggunakan layanan pembiayaan konsumtif untuk berbelanja *online*.

Dalam kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM), temuan ini mengonfirmasi jalur akhir model, yaitu *behavioral intention* yang terbentuk dari persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan menjadi penentu langsung penggunaan aktual (*actual system use*) suatu teknologi (Davis, 1989). Dengan demikian, niat mahasiswa yang lahir dari penelitian bahwa *Paylater* bermanfaat dan mudah digunakan pada akhirnya bermuara pada keputusan penggunaan nyata.

Pengaruh Fear of Missing Out (FoMO) terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Paylater

Hasil pengujian hipotesis menunjukan bahwa *Fear of Missing Out* (FoMO) berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *Paylater* dalam berbelanja *online* pada mahasiswa muslim di Jawa Timur. Hal ini terjadi karena FoMO mencerminkan kecemasan mahasiswa akan tertinggal dari tren atau penawaran yang sedang berlangsung, yang mudah terpicu ketika teman seumuran mengikuti tren belanja tertentu atau ketika platform *e-commerce* menampilkan penawaran berbatas waktu. Dalam situasi tersebut, *paylater* menjadi jalan keluar yang instan karena barang dapat dibeli saat itu juga tanpa menunggu dana tersedia. Stimulus promosi turut berperan dalam mekanisme ini, (Endriyanto & Indrarini, 2022) menemukan

bahwa promosi maupun *sales promotion* berupa insentif jangka pendek, berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan pembayaran digital.

Hasil ini sejalan dengan penelitian (Wulandari & Ramadhan, 2026) yang menemukan bahwa FoMO berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *Buy Now Pay Later* (BNPL) pada Generasi Z. Penelitian ini menambahkan bukti bahwa pengaruh tersebut juga muncul pada mahasiswa muslim di Jawa Timur, yaitu kelompok yang secara normatif diharapkan menghindari perilaku *tabzir*.

Dalam kerangka TAM, pengembangan model melalui TAM memasukkan pengaruh sosial berupa norma subjektif (*subjective norm*) sebagai determinan persepsi kegunaan dan niat penggunaan suatu teknologi (Venkatesh, 2022). FoMO memiliki kedekatan konseptual dengan pengaruh sosial tersebut karena bersumber dari tekanan untuk tidak tertinggal dari lingkungan sebaya, sehingga membuat *Paylater* dipersepsikan lebih berguna dan mendorong keputusan penggunaannya.

Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Penggunaan Layanan *Paylater*

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap keputusan penggunaan layanan *Paylater* dalam berbelanja *online* pada mahasiswa muslim di Jawa Timur. Hal ini terjadi karena literasi keuangan syariah membekali mahasiswa dengan pemahaman atas prinsip syariah, termasuk larangan *riba*, *gharar*, dan *maysir*, sehingga mereka cenderung lebih aktif mencari informasi dan penilaian alternatif, misalnya mencermati bunga, biaya, dan skema cicilan sebelum memutuskan. Pemahaman tersebut tidak selalu berujung pada penolakan karena alternatif pembiayaan digital syariah masih terbatas. (Indrarini et al., 2025) mencatat bahwa hanya sebagian kecil *fintech peer-to-peer lending* yang terdaftar di OJK berbasis syariah, dan tidak seluruhnya transparan serta akuntabel. Akibatnya, literasi keuangan syariah lebih berperan sebagai alat evaluasi dalam keputusan penggunaan daripada sebagai penolak mutlak.

Temuan ini konsisten dengan studi yang dilakukan oleh (Afif, Rachma, 2024) yang mengidentifikasi adanya pengaruh signifikan dari literasi keuangan syariah terhadap miat mahasiswa di Surabaya dalam memanfaatkan layanan Shopee *Paylater*. Karena mahasiswa yang memahami keuangan syariah tetap merasakan manfaat dan kemudahan dari layanan tersebut. Penelitian ini memperluas temuan tersebut dari tahap minat ke tahap keputusan penggunaan, serta dari cakupan Surabaya ke mahasiswa muslim di Jawa Timur. Dalam kerangka TAM, pengetahuan individu dapat diposisikan sebagai variabel eksternal yang membentuk persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan sebelum niat dan

penggunaan aktual terbentuk (Davis, 1989). Literasi keuangan syariah membuat mahasiswa menilai kegunaan *Paylater* tidak hanya dari manfaat praktisnya, tetapi juga dari kesesuaiannya dengan prinsip syariah, sehingga turut menentukan keputusan penggunaannya.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa behavioral intention, Fear of Missing Out (FoMO), dan literasi keuangan syariah masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa Muslim di Jawa Timur dalam menggunakan layanan *Paylater* untuk berbelanja *online.* Dari tiga variabel, FoMO memberikan pengaruh yang paling kuat, yang menandakan bahwa dorongan untuk tidak tertinggal dari tren ikut menentukan keputusan dalam menggunakan layanan *Paylater*. Pengaruh positif dari literasi keuangan syariah perlu dibaca dengan hati-hati, sebab hasil temuan ini tidak serta-merta berarti pemahaman syariah mampu menekan mahasiswa dalam menggunakan layanan *Paylater*, karena kedua variabel pada responden penelitian ini justru menunjukkan ke arah yang sama (searah). Mengingat pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* pada pengguna *Paylater*, generalisasi hasil penelitian ini terbatas pada mahasiswa muslim pengguna *Paylater* di Jawa Timur yang menjadi responden penelitian, serta yang memiliki karakteristik serupa.

Secara teoritis, temuan ini mendukung penerapan *Technology Acceptance Model* pada layanan pembiayaan digital dan menunjukkan bahwa faktor psikologis serta pemahaman syariah perlu dipertimbangkan bersama niat berperilaku. Secara praktis, mahasiswa disarankan memberi jeda serta memeriksa biaya dan skema cicilan sebelum memakai layanan *Paylater.* Perguruan tinggi dan penyedia layanan juga perlu menyertakan pengelolaan tekanan pergaulan dalam edukasi keuangan dan memperjelas informasi biaya kepada pengguna.

Penelitian ini terbatas pada satu kali pengumpulan data melalui kuesioner *online* dan hanya tiga variabel bebas, sehingga masih ada faktor lain yang belum tercakup. Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel seperti kontrol diri, religiusitas, atau gaya hidup, menggunakan sampel yang lebih merata antarwilayah, dan memakai wawancara untuk menelusuri mengapa literasi keuangan syariah belum berfungsi sebagai penahan penggunaan *Paylater*.

DAFTAR REFERENSI

Abiba, Rachma. (2021). Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) Berbasis Server Sebagai Alat Transaksi Terhadap Penciptaan Gerakan Less Cash Society. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, *Volume 4No*, 196–206.

Afif, Rachma. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Manfaat, Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Shopeepaylater pada Mahasiswa Surabaya*. *7*, 60–75.

Amanda, Z. S., & Fadhilah, D. (2026). *Pengaruh Media Sosial , Pembelian Impulsif , Dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater Pada Mahasiswa Muslim Jurusan Akuntansi di Politeknik Negeri Medan*. *11*(01), 12–23. https://doi.org/10.37366/jespb.v11i01.3041

APJII. (2026). *Survei Internet APJII 2026*. APJII — Survei. https://survei.apjii.or.id/

Badan Pusat Statistik 2025. (n.d.). *Jumlah Perguruan Tinggi, Dosen, dan Mahasiswa (Negeri dan Swasta) di Bawah Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Timur*. 2025.

BPS. (2026). Penduduk dan Indikator Kependudukan Hasil Survei Penduduk Antar Sensus 2025. In *Badan Pusat Statistik (BPS) — Statistics Indonesia*. https://www.bps.go.id/id/publication/2026/06/30/bdc814f38edf0a941f4f9d34/penduduk-dan-indikator-kependudukan-hasil-survei-penduduk-antar-sensus-2025.html

Candika, Y. I., Riadi, F. S., Lestari, E., Putri, H., & Bahtera, N. T. (2025). *Kecenderungan penggunaan paylater di kalangan mahasiswa : Peran perilaku konsumtif dan tekanan sosial*. *5*(2), 685–702.

Dalem, N. (2025). *Pengaruh pengelolaan keuangan, gaya hidup, dan media sosial terhadap keputusan penggunaan paylater pada generasi sandwich*. *14*(10), 1448–1460.

Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *Management Information Systems Quarterly*, *13*(3), 319–340. https://doi.org/10.2307/249008

Denovan, E. (2025). *Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness And Satisfaction To Maximize Behavioral Intention With The Technology Acceptance Model In Generation Y And Z Consumers*. *18*(1), 1–36.

Endriyanto, R., & Indrarini. (2022). *Pengaruh Promosi Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Linkaja (Studi Kasus Di Surabaya)*. *5*, 67–80.

Fajirin, Rachma. (2021). *Pengaruh Gaya Hidup Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Islami Pada New Normal (Studi Kasus Masyarakat*. *4*, 156–167.

Hair, Hult, Ringle, & S. (2013). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling. *Long Range Planning*, *46*(1–2), 184–185. https://doi.org/10.1016/j.lrp.2013.01.002

Hair, J., & Alamer, A. (2022). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) in second language and education research: Guidelines using an applied example. *Research Methods in Applied Linguistics*, *1*(3), 100027. https://doi.org/10.1016/j.rmal.2022.100027

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook. In *Classroom Companion: Business: Part F9796*. https://doi.org/10.1007/978-3-030-

80519-7

Harahap, M. I., Soemitra, A., & Nawawi, Z. M. (2023). Analysis of the effect of Fear of Missing Out (FOMO) and the use of paylater application on impulse buying behavior (review of Maqashid Syariah). *Manajemen Dan Bisnis*, *22*(2), 67. https://doi.org/10.24123/jmb.v22i2.682

Indrarini, R., Samsuri, A., Syam, N., Room Fitrianto, A., & Zulfa, I. (2025). Is Sharia peer-to-peer lending in Indonesia accountable and transparent. *Journal of Islamic Economics*, *9*(1), 96–109.

Julyazti, N., & Adrianto, F. (2023). Pengaruh Behavioral Intention dan User Behavioral terhadap Gender sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, *5*, 187–197. https://doi.org/10.37034/infeb.v5i1.220

Kementerian Agama RI. (2019). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an. https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/17?from=1&to=111

Muthi'ah, F., & Indrarini, R. (2023). Pengaruh Literasi, Kegunaan, dan Kemudahan Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Dompet Digital Syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, *7*, 7. https://doi.org/10.30868/ad.v7i01.4050

Noor, G. (2025). *The Influence of FOMO (Fear of Missing Out), Instant Gratification , and Financial Literacy on Buy Now Pay Later (BNPL) Usage among Generation Z University Students in Indonesia*. 1–16.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2026). *Paylater Perbankan Tumbuh 37,29% April 2026*. Kontan.Co.Id. https://keuangan.kontan.co.id/news/paylater-perbankan-tumbuh-3729-april-2026

Riswandi, B. (2024). *Peningkatan Behavioral Intentions Dan Use Behavioral Pada Konsumen Inagre*. 1479–1492.

Roemer, E., Schuberth, F., & Henseler, J. (2021). HTMT2–an improved criterion for assessing discriminant validity in structural equation modeling. *Industrial Management and Data Systems*, *121*(12), 2637–2650. https://doi.org/10.1108/IMDS-02-2021-0082

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (M. Dr. Ir. Sutopo, S.Pd, Ed.; 2023rd ed.).

Venkatesh, V. (2022). Viswanath Venkatesh Pamplin College of Business Virginia Tech, Blacksburg. *Annals of Operations Research*, *308*, 641–652. https://doi.org/10.1007/s10479-020-03918-9

Wulandari, D., & Ramadhan, R. (2026). *Pengaruh Literasi Keuangan , Fear of Missing Out (FOMO), dan Influencer Marketing terhadap Keputusan Penggunaan Buy Now Pay Later (BNPL) pada Generasi Z di Kabupaten Dompu*. (April).

Yamin, S. (2023). Statistical data processing: SmartPLS 3rd, SmartPLS 4th, Amos & Stata. In *PT Dewangga Energi Internasional*. https://www.smartpls.com/