PENGARUH *SERVICE USER BEHAVIOR*, DAN *E-TRUST* TERHADAP *PERSONAL FINANCIAL MANAGEMENT* DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM (STUDI PADA GENERASI Z PENGGUNA SHOPEEPAY LATER DI KOTA BANDAR LAMPUNG)

THE INFLUENCE OF SERVICE USER BEHAVIOR AND E-TRUST ON PERSONAL FINANCIAL MANAGEMENT FROM THE PERSPECTIVE OF ISLAMIC BUSINESS (A STUDY ON GENERATION Z USERS OF SHOPEEPAY LATER IN BANDAR LAMPUNG CITY).

Adhitya Rachmanda Aksali[1], Femei Purnamasari [2], Heni Verawati [3]
UIN Raden Intan Lampung, Indonesia
Email: adhityaaksali1@gmail.com, femeipurnamasari@radenintan.ac.id, heniverawati@radenintan.ac.id

Abstrak: Perkembangan *e-commerce* telah membawa perubahan signifikan pada metode pembayaran yang sebelumnya didominasi oleh transaksi tunai, pembayaran berbasis kertas, dan kartu. Kini, muncul sistem pembayaran baru yang berbasis elektronik, salah satunya adalah metode Shopee pay. Shopee pay adalah dompet digital yang dimiliki oleh Shopee dan dapat digunakan untuk melakukan pembayaran online dan offline Pada 6 Maret 2019 Shopee meluncurkan fitur pembayaran kartu kredit digital terbaru yang disebut ShopeePayLater yang dikembangkan melalui kerja sama dengan perusahaan peer-to-peer lending, PT. Lentera Dana Nusantara (LDN). Generasi Z saat ini cenderung lebih sering menghabiskan uang untuk memenuhi kebutuhan pribadi, seperti membeli pakaian dan berbagai barang lainnya, tanpa mempertimbangkan keadaan keuangan mereka secara menyeluruh. Tujuan dari penelitian ini Apakah *Service user behavior*, dan *E-Trust* berpengaruh terhadap *Personal Financial Management* Serta Bagaimana padangan perspektif bisnis islam mengenai *Personal Financial Management.* Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan sampel berjumlah 100 responden, yang diambil dengan menggunakan teknik purposive sampling, metode analisis data dengan menggunakan smartpls 4. Hasil penelitian yang diperoleh secara langsung setiap variabel yaitu *service user behavior* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *personal financial management*, *e-trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *personal financial management*, dan untuk hasil uji F diperoleh *service user behavior dan e-trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *personal financial management*.
Kata kunci: *E-Trust, Service User Behavior* dan *Personal Financial Management*

Abstract: *The development of e-commerce has brought significant changes to payment methods that were previously dominated by cash transactions, paper-based payments, and cards. Now, a new electronic-based payment system is emerging, one of which is the Shopee pay method. Shopee pay is a digital wallet owned by Shopee and can be used to make online and offline payments On March 6, 2019 Shopee launched a new digital credit card payment feature called ShopeePayLater which was developed in collaboration with a peer-to-peer lending company, PT Lentera Dana Nusantara (LDN). Generation Z today tends to spend money more often to fulfill personal needs, such as buying clothes and various other items, without considering their overall financial situation. The purpose of this study is whether Service user behavior, and E-Trust affect Personal Financial Management and how the Islamic business perspective views Personal Financial Management. The research method used is quantitative with a sample of 100 respondents, who were taken using purposive sampling technique, data analysis method using smartpls 4. The results of the research obtained directly for each variable, namely service user behavior has a positive and significant effect on personal financial management, e-trust has a positive and significant effect on personal financial management, and for the results of the F test obtained service user behavior and e-trust have a positive and significant effect on personal financial management.*

Keywords: *E-Trust, Service User Behavior and Personal Financial Management*

PENDAHULUAN

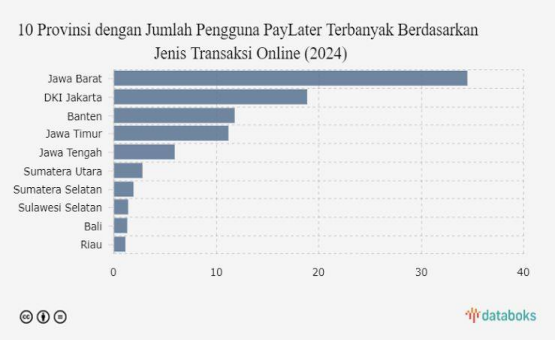
Perkembangan teknologi telah berlangsung dengan sangat pesat, memberikan kemudahan dalam berbagai aktivitas sehari-hari masyarakat. Saat ini, keberadaan media sosial sudah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan kita. Bahkan, belanja pun kini dapat dilakukan dengan mudah melalui internet,

berkat banyaknya aplikasi belanja online yang tersedia. Kemudahan ini tentunya membawa dampak signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi di semua kalangan, termasuk generasi Z. Generasi yang tumbuh di era digital ini sangat akrab dengan teknologi, sehingga mereka lebih cenderung melakukan transaksi keuangan secara online(Trulline, 2021).

Perkembangan *e-commerce* telah membawa perubahan signifikan pada metode pembayaran yang sebelumnya didominasi oleh transaksi tunai, pembayaran berbasis kertas, dan kartu. Kini, muncul sistem pembayaran baru yang berbasis elektronik, salah satunya adalah metode Shopee pay. Shopee pay adalah dompet digital yang dimiliki oleh Shopee dan dapat digunakan untuk melakukan pembayaran online dan offline (Rahmawati & Maika, 2021). ShopeePay Later dapat digunakan untuk berbagai transaksi finansial, seperti transfer saldo, top up pulsa, dan bayar tagihan.

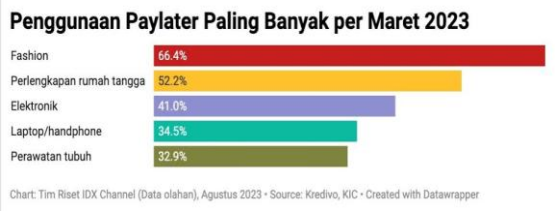
ShopeePaylater adalah metode pembayaran yang memungkinkan pembeli untuk memperoleh barang atau layanan sekarang dan melakukan pembayaran di kemudian hari. Layanan paylater umumnya ditawarkan oleh aplikasi keuangan atau *platform e-commerce*, yang memberi kesempatan kepada pengguna untuk melakukan pembelian tanpa harus membayar secara penuh di awal. Pembayaran dapat dilakukan dalam periode tertentu, baik melalui cicilan maupun dalam satu kali pembayaran setelah jangka waktu tertentu (Habiba et al., 2024).

Pada 6 Maret 2019 Shopee meluncurkan fitur pembayaran kartu kredit digital terbaru yang disebut ShopeePayLater yang dikembangkan melalui kerja sama dengan perusahaan peer-to-peer lending, PT. Lentera Dana Nusantara (LDN). ShopeePayLater menawarkan solusi pinjaman instan hingga Rp 750.000, memberikan kemudahan bagi pengguna untuk membayar belanjaan dalam waktu satu bulan tanpa bunga, atau memilih opsi cicilan selama 2 atau 3 bulan tanpa harus memiliki kartu kredit. Selain itu, pengguna juga dapat mengajukan permohonan untuk menambah limit ShopeePayLater mereka satu kali (Sepianti & Salim, 2023).



Gambar 1. *Jumlah pengguna pay latter*

Peningkatan penggunaan paylater di kedua provinsi ini mencerminkan perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan teknologi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dengan adanya kemudahan pembayaran yang ditawarkan, diharapkan akan terus mendorong pertumbuhan *e-commerce* dan inovasi layanan keuangan di Indonesia. Metode pembayaran 'beli sekarang, bayar nanti' sangat praktis digunakan, terutama ketika ada kebutuhan mendesak. Misalnya, seperti saat tanggal tua, kita membutuhkan biaya transportasi dan biaya makan harian (Prastiwi & Fitria, 2021).



Gambar 2. *Penggunaan pay latter*

Angka yang menunjukkan penggunaan paylater dalam kategori fashion jauh lebih tinggi, mencerminkan minat yang kuat dari anak muda terhadap tren pakaian dan aksesori. Hal ini bisa jadi disebabkan oleh keinginan mereka untuk selalu tampil modis dan mengikuti perkembangan gaya yang cepat. Dengan adanya opsi paylater, generasi Z dapat dengan mudah membeli pakaian baru tanpa harus membayar seluruhnya di muka, memberikan mereka kebebasan dalam mengelola pengeluaran.

Dari penjelasan di atas, terlihat bahwa generasi Z saat ini cenderung lebih sering menghabiskan uang untuk memenuhi kebutuhan pribadi, seperti membeli pakaian dan berbagai barang lainnya, tanpa mempertimbangkan keadaan keuangan mereka secara menyeluruh. Kecenderungan ini mungkin dipengaruhi oleh gaya hidup yang cepat berubah dan tekanan sosial dari lingkungan sekitar, termasuk media sosial yang sering menampilkan tren terbaru. Generasi Z, yang tumbuh dalam era digital, sering kali terpapar pada iklan dan promosi yang menarik, yang dapat mendorong mereka untuk berbelanja impulsif.

Hal ini sejalan dengan penelitian (Fernando, 2024) yang berjudul " Pengaruh Layanan Paylater Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial Di Kota Yogyakarta" menyatakan Hasil penelitian menyimpulkan bahwa variabel layanan paylater dan literasi keuangan memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap perilaku keuangan baik secara parsial maupun simultan

Akan tetapi berbeda dengan penelitian (Putri & Priantilianingtiasari, 2024)yang berjudul "Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan Shopee Paylater Dan Life Style Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa" menghasilkan Hasil penelitian ini telah menemukan bahwa penggunaan shopee paylater dan life style berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Namun literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam penelitian ini.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk mendalami topik penelitian ini lebih jauh, bertujuan untuk menyelidiki dan menganalisisnya lebih mendalam. Ketertarikan tersebut mendorong berkembangnya penelitian ini, yang disajikan dalam bentuk tesis berjudul: "*Pengaruh Service user behavior Shopee pay,dan E-Trust* Terhadap *Personal Financial Management* Dalam perspektif Bisnis Islam (Studi pada generasi Z Penggguna ShopeePay Later di kota bandar lampung)".

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti paparkan maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalag sebagai berikut:

1. Apakah *Service user behavior* berpengaruh Terhadap *Personal Financial Management*?
2. Apakah *E-Trust* berpengaruh Terhadap *Personal Financial Management*?
3. Apakah *Service user behavior,* dan *E-Trust* berpengaruh terhadap *Personal Financial Management?*
4. Bagaimana padangan perspektif bisnis islam mengenai *Personal Financial Management?*

TINJAUAN PUSTAKA

Theory of Planned Behavior

Theory of Planned Behaviour (TPB) menjelaskan bagaimana faktor-faktor tertentu mempengaruhi niat seseorang dalam mengambil keputusan atau melakukan suatu tindakan. TPB merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang sebelumnya dikembangkan oleh (Fishbein & Ajzen, 1977). Jika dalam TRA hanya mempertimbangkan sikap dan norma subjektif, maka dalam TFB ditambahkan faktor *perceived behavioral control* (persepsi kontrol perilaku) yang menjelaskan sejauh mana seseorang merasa memiliki kendali dalam melaksanakan suatu tindakan(Worthington, 2021). *Theory Of Planned Behavior* (TPB) juga menjelaskan mengenai perilaku yang dilakukan individu timbul karena adanya niat dari individu tersebut untuk berperilaku dan niat individu disebabkan oleh beberapa faktor internal dan eksternal dari individu tersebut. Sikap individu terhadap perilaku meliputi kepercayaan mengenai suatu perilaku, evaluasi terhadap hasil perilaku, norma subyektif, kepercayaan normatif dan motivasi untuk patuh(Ekaputra et al., 2022). *Theory of Planned Behavior* didasarkan pada asumsi bahwa manusia

adalah makhluk yang rasional dan menggunakan informasi-informasi yang mungkin baginya, secara sistematis. Orang memikirkan implikasi dari tindakan mereka sebelum mereka memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan perilakuperilaku tertentu(Conner, 2020).

Ajzen juga mengemukakan bahwa latar belakang sesorang ternyata mampu dalam menduga perilaku manusia. Faktor-faktor yang melatar belakanginya adalah:

a. personal seseorang meliputi sikap, ciri kepribadian, nilai, emosi, dan intelegensi.
b. Sosial seseorang meliputi usia, gender, suku, etnik, pendidikan, penghasilan, dan agama
c. Informasi yang diperoleh seseorang meliputi pengalaman, pengetahuan, dan media. Adapun teori ini digunakan sebagai dasar teori dalam menjelaskan bagaimana *financial literacy, income, hedonism lifestyle, dan self control*(Sampoerno & Haryono, 2021).

Service Ucer Behavior

Menurut (Kotler & Armstrong, 2022) Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Perilaku konsumen memiliki kepentingan khusus bagi orang yang dengan berbagai alasan berhasrat untuk mempengaruhi atau mengubah perilaku tersebut, termasuk orang yang kepentingan utamanya adalah pemasaran. Tidak mengherankan jika studi tentang perilaku konsumen ini memiliki akar utama dalam bidang ekonomi terlebih lagi dalam pemasaran (Kotler & Keller, 2009).

Menurut (Sangadji & Sopiah, 2013) menyimpulkan bahwa perilaku konsumen sebagai berikut: 1) Disiplin ilmu yang mempelajari perilaku individu, 2) Tindakan yang dilakukan oleh konsumen guna mencapai dan memenuhi kebutuhannya baik dalam penggunaan, pengonsumsian, dan penghabisan barang dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan yang menyusul. 3) Tindakan atau perilaku yang dilakukan konsumen yang dimulai dengan merasakan adanya kebutuhan dan keinginan, kemudian berusaha mendapatkan produk yang diinginkan,mengonsumsi produk tersebut, dan berakhir dengan tindakan-tindakan pasca pembelian, yaitu perasaan puas atau tidak puas.

Menurut (Kotler & Armstrong, 2022) ada 3 indikator untukmengukur prilaku konsumen sebagai berikut:

1) Tingkat Penggunaan
2) Interaksi Pengguna
3) Feedback Pengguna

E-trust

E-Trust merupakan kepanjangan dari Electronic Trust yang berarti kepercayaan pada pelayanan jasa berbasis internet. *E-Trust* dapat dipahami juga sebagai kepercayaan terhadap penyedia layanan dalam menghadapi situasi risiko online bahwa kerentanan yang ada tidak akan dieksploitasi. Apabila masingmasing pelaku bisnis baik dua atau lebih saling mempercayai, maka suatu transaksi bisnis akan terjadi (Nawangasari & Putri, 2020).

Menurut (Kotler & Keller, 2016) kepercayaan adalah kesediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis. Membangun kepercayaan bisa menjadi hal yang sulit dalam situasi online dibanding mitra lainnya. Konsep kepercayaan merupakan salah satu elemen terpenting untuk menciptakan hubungan jangka panjang antara konsumen dengan produsen. Suatu transaksi bisnis akan terjadi antara produsen dengan konsumen karena kedua belah pihak saling mempercayai. Dari uraian tersebut kesimpulannnya bahwa *E-Trust* merupakan sebuah keyakinan dan harapan pelanggan terhadap kejujuran dan integritas yang diberikan oleh penjual online. Menurut (McKnight et al., 2002) diantaranya *perceived web vendor reputation, dan perceived web site quality.*

Menurut (Kotler & Keller, 2016) *E-Trust* memiliki empat indikator, yaitu:

1) *Benevolenc*e (Kesungguhan) yaitu kepercayaan konsumen kepada penjual untuk berperilaku baik.
2) *Ability* (Kemampuan) yaitu evaluasi atas sesuatu yang dikerjakan oleh penjual, yakni bagaimana penjual dapat meyakinkan pembeli dalam memberi jaminan keamanan dan kepuasan pada saat transaksi.
3) Integrity (Integritas) yaitu seberapa kuat keyakinan seseorang konsumen akan kejujuran penjual dalam menjaga dan memenuhi kesepakatan yang sudah dibuat.
4) *Willingness to depend* (Kesediaan untuk bergantung) adalah konsumen bersedia untuk berharap pada penjual dalam memberi risiko atau konsekuensi negative yang mungkin dapat terjadi.

Personal Financial management

Financial Management Behavior adalah ilmu yang menjelaskan mengenai perilaku seseorang dalam mengatur keuangan mereka dari sudut pandang psikologi dan kebiasaan individu atau seseorang tersebut, Ilmu ini juga menjelaskan mengenai pengambilan keputusan yang irasional terhadap keuangan mereka (Saputra, 2021). *Financial Management* Behavior adalah ilmu yang menjelaskan mengenai perilaku seseorang dalam mengatur keuangan mereka dari sudut pandang psikologi dan kebiasaan individu atau seseorang tersebut, Ilmu ini juga menjelaskan mengenai pengambilan keputusan yang irasional terhadap keuangan mereka Rokhayati et al., 2022).

Tanggung jawab keuangan adalah proses pengelolaan uang dan aset lainnya dengan cara yang dianggap produktif. Tugas utama pengelolaan uang adalah proses penganggaran. Anggaran bertujuan untuk memastikan bahwa individu mampu mengelola kewajiban keuangan secara tepat waktu dengan menggunakan penghasilan yang diterima dalam keuangan yang sama(Ida & Dwinta, 2010). *Financial management behavior* sendiri diartikan sebagai kemampuan dalam merencanakan, menganggarkan, memeriksa, mengelola, dan mengendalikan, serta melakukan pencarian dan penyimpanan setiap aspek keuangan harian(Lathiifah & Kautsar, 2022). Kemunculan perilaku keuangan berdampak pada kapasitas keinginan individu dalam memenuhi kebutuhannya berdasarkan tingkat pendapatan. Hal ini juga berkaitan erat dengan efektifitas dan efisiensi manajemen keuangan dengan menjaga arus keluar masuk dana sesuai rencana yang telah disusun(Nobriyani & Haryono, 2019).

Menurut (Dew & Xiao, 2011) perilaku manajemen keuangan seseorang dapat dilihat dari empat hal, yaitu:

1) Konsumsi (*Consumtion)*
2) Manajemen Arus Kas *(Cash-flow management*)
3) Tabungan dan Investasi (*Saving and Investment*)
4) Manajemen Utang (*Credit Management*)

Bisnis Islam

Islam sebagai agama yang sempurna memberikan pedoman kepada semua ummat manusia tentang cara mengelola keuangan. Dengan adanya manajemen keuangan (perencanaan, penganggaran, pemerikasaan, pengelolaan, serta pengendalian) dapat mendatangkan keselamatan baik di dunia maupun di akhirat. Allah Subhanahu wata"ala berfirman dalam Surah Al-Israa ayat 29 yang berbunyi:

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ
وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ ٱلْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا
مَّحْسُورًا

Artinya: "Dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya karena itu kamu menjadi tercela dan menyesal".

Dalam ayat tersebut Allah menjelaskan cara-cara yang baik dalam membelanjakan harta, yaitu Allah Subhanahu wata"ala

melarang orang menjadikan tanganya terbelenggu pada leher. Ungkapan ini adalah lazim dipergunakan oleh orangorang Arab , yang berarti larangan berlaku bakhil. Allah melarang orang-orang yang bakhil, sehigga enggan memberikan harta kepada orang lain, walaupun sedikit. Sebaliknya Allah juga melarang orang yang terlalu mengulurkan tangan, ungkapan serupa ini berarti melarang orang yang berlaku boros membelanjakan harta, sehingga belanja yang menghamburkanya melebihi kemampuan yang dimilikinya. Dari ayat ini dapat dipahami bahwa cara yang baik dalam membelanjakan harta ialah membelanjakanya dengan cara yang layak dan wajar, tidak terlalu bakhil dan tidak terlalu boros. Indikator perspektif bisnis islam : 1) Jujur, 2) Adil dan 3) amanah.

Pengajuan Hipotesis

Berdasarkan pada rumusan masalah, landasan teori, dan kerangka pemikiran tersebut,maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

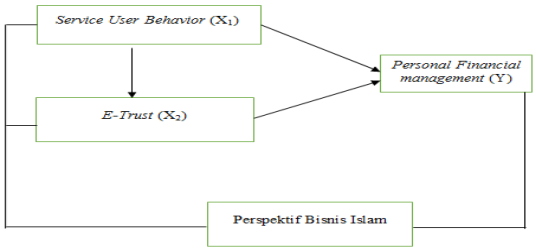
H1: *Service user behavior* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *personal financial management*.

H2: *E-Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *personal financial management.*

H3: *Service user behavior, dan E-Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *personal financial management.*

H4: Perspektif bisnis islam berpengaruh terhadap *personal financial management*

Kerangka konseptual



Gambar 1 kerangka pemikiran

METODOLOGI

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pendekatan penelitian secara kuantitatif. Metode kuantitatif adalah adalah metode penelitian yang dapat diartikan sebagai metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sample tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. (Purwanto & Nugroho, 2020) Populasi dalam penelitian ini memfokuskan pada seluruh generasi Z Kota Bandar Lampung 2024 sebanyak 647.278 orang. Jumlah sampel untuk penelitian ini berjumlah 100 responden yang didapat dari hasil perhitungan rumus slowvin.

Untuk mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh dalam penelitian ini penulis menggunakan Kuesioner yang ditujukan untuk menyasar responden generasi Z Kota Bandar Lampung dengan menggunakan teknik pengambiln sampel *purposive sampling*. Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan Skala *Likert* (1-5), dimana subvariabel yang akan diukur di jabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan.

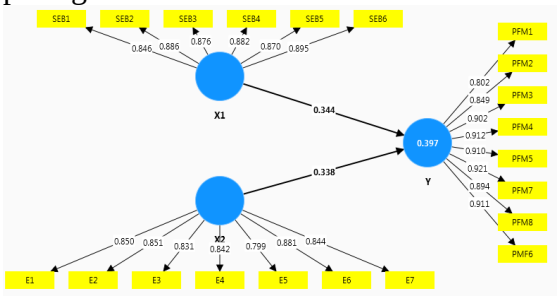
Pada Skala *Likert* dilakukan dengan menghitung responden kesetujuan atau ketidak setujuan terhadap objek tertentu. Artinya pertanyaan yang disusun memiliki kategori positif dan negatif (Sahir, 2021). Peneliti menggunakan bantuan software

Smart Pls 4 untuk membantu menganalisis data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Evaluasi *Outer Model*

Evaluasi *outer model* atau model pengukuran dilakukan untuk menilai validitas dan reliabilitas model. Outer model dengan indikator refleksif dievaluasi melalui validitas *convergent* dan *discriminant* dari indikator pembentuk konstruk laten dan *composite* reliability serta *cronbach's* alpha untuk blok indikatornya. Hasil pengujian outer model berupa diagram PLS algorithm disajikan pada gambar berikut:



Gambar 2 Tampilan Pengukuran Outer Model

Uji validitas

Digunakan untuk menguji valid atau tidaknya koesioner agar memastikan bahwa item-item pernyataan yang berupa koesioner penelitian dapat dimengerti oleh para responden.

Convergent validity

Pengujian *convergent validity* didasarkan pada korelasi antar skor indikator dengan skor variabel latennya. Indikator dianggap valid jika memperlihatkan seluruh *outer loading* >0.5. berikut adalah hasil perhitungan *convergent validity* menggunakan nilai loading, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 2 *Convergent Validity*

Variabel	Indikator	*Convergent Validity*	Keterangan
Service User Behavior (X_1)	Seb1	0.846	**Valid**
	Seb2	0.886	**Valid**
	Seb3	0.876	**Valid**
	Seb4	0.882	**Valid**
	Seb5	0.870	**Valid**
	Seb6	0.895	**Valid**
E-Trust (X_2)	E1	0.850	**Valid**
	E2	0.851	**Valid**
	E3	0.831	**Valid**
	E4	0.842	**Valid**
	E5	0.799	**Valid**
	E6	0.881	**Valid**
	E7	0.844	**Valid**
Personal Financial management (Y)	Pfm1	0.802	**Valid**
	Pfm2	0.849	**Valid**
	Pfm3	0.902	**Valid**
	Pfm4	0.912	**Valid**
	Pfm5	0.910	**Valid**
	Pfm6	0.911	**Valid**
	Pfm7	0.921	**Valid**
	Pfm8	0.894	**Valid**

Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat bahwasanya hasil dari masing masing indikator variabel penelitian memiliki nilai *Outer Loading* >0,7. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator dinyatakan layak atau valid untuk digunakan penelitian serta dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Discriminant Validity

Pengujian *discriminant validity* didasarkan pada nilai *average variance extranced* (AVE), yaitu nilai AVE harus lebih besar dari 0,5 sehingga memiliki *discriminant validity* yang baik (Ghozali, 2015). Berikut adalah hasil perhitungan *discriminant validity* menggunakan nilai AVE, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3 *Nilai Average Variance Extrated*

Variabel	AVE
Service User Behavior (X_1)	0.767
E-Trust (X_2)	0.711
Personal Financial management (Y)	0.789

Berdasarkan tabel 3 dapat dilihat bahwasanya nilai *averange variant extracted* (AVE) untuk variabel *Service User Behavior* (X_1), *E-Trust* (X_2) dan *Personal Financial management* (Y) >0,5 sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap

variabel telah memiliki *Discriminant Validity.*

Composite Reliability

Merupakan bagian yang digunakan untuk menguji nilai reliabilitas indikator indikator pada suatu variabel. Suatu variabel dapat dinyatakan memenuhi *composite reliability* apabila memiliki nilai *composite reliability* >0,7. Berikut ini adalah nilai *composite reliability* dari masing masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 4 *Composite Reliability*

Variabel	*Composite Reliability*
Service User Behavior (X_1)	0.940
E-Trust (X_2)	0.939
Personal Financial management (Y)	0.963

Berdasarkan tabel 4 dapat dilihat bahwasanya nilai *Composite Reliability* untuk semua variabel penelitiam di atas 0,7 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel memiliki reliabilitas yang baik.

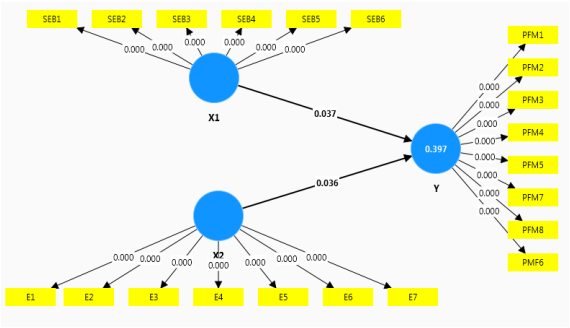
Tabel 5
Nilai Cronbach's Alpha

Variabel	*Cronbach's Alpha*
Service User Behavior (X_1)	0.939
E-Trust (X_2)	0.932
Personal Financial management (Y)	0.962

Berdasarkan tabel 5 menunjukkan bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *cronbachs alpha* di atas 0,7. Nilai *cronbachs alpha* di atas 0,7 berarti kuesioner pada penelitian ini reliabel. Artinya, kuesioner telah memenuhi persyaratan uji reliabilitas.

Evaluasi *Inner Model*

Penelitian ini pengujian hipotesis menggunakan analisis *Parial Least Square* (PLS) dengan program SmartPLS 4. Berikut adalah skema model program PLS yang diujikan:



Gambar 1 Inner Model

Uji *Path Coefficient*

Evaluasi *path coefficient* digunakan untuk menunjukkan seberapa kuat efek atau pengaruh variabel independen kepada variabel dependen. Sedangkan *coefficient determination* (R-*Square*) digunakan untuk mengukur seberapa banyak variabel endogen dipengaruhi oleh variabel lainnya. Jika R^2 sebesar 0,67 ke atas untuk variabel laten endogen dalam model struktural mengindikasikan pengaruh variabel eksogen (yang mempengaruhi) terhadap variabel endogen (yang dipengaruhi) termasuk dalam kategori baik. Sedangkan jika hasilnya sebesar 0,33-0,67 maka termasuk dalam kategori sedang, dan jika hasilnya sebesar 0,29-0,33 maka termasuk dalam kategori lemah (Ghozali, 2015). Untuk menilai signifikansi model prediksi dalam pengujian model struktural, dapat dilihat dari nilai *t-statistic* antara variabel independen ke variabel dependen dalam tabel *Path Coefficient* pada output SmartPLS dibawah ini:

Uji T (Uji Secara Parsial)

Uji parsial (uji t) berfungsi untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas independen (bebas) secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (terikat). Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu Kelelahan Emosional dan Komitmen Organisasional terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Kerja secara parsial (satu per satu).

Tabel 6 Uji T Parsial

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
Service User Behavior (X_1) -> *Personal Financial management* (Y)	0.344	0.362	0.165	2.087	0.037
E-Trust (X_2) -> *Personal Financial management* (Y)	0.338	0.331	0.161	2.096	0.036

Berdasarkan uji yang telah ditampilkan pada tabel 6 di atas dapat dijelaskan bahwa nilai T-statistik *Service User Behavior* terhadap *Personal Financial management* sebesar 2.087. Karena nilai T-statistik lebih dari 1.96 dan P-value kurang dari 0.05, hipotesis yang menyatakan bahwa *Service User Behavior* berpengaruh positig signifikan terhadap *Personal Financial management* dapat diterima.

Sedangkan *E-Trust* terhadap *Personal Financial management* memiliki nilai T-statistik sebesar 2.096. Karena nilai T-statistik lebih dari 1.96 dan P-value kurang dari 0.05, hipotesis yang menyatakan bahwa *E-Trust* berpengaruh positif signifikan terhadap *Personal Financial management* dapat diterima.

Uji R-*Square*

Dalam menilai model struktural terlebih dahulu menilai R-*Square* untuk setiap variabel laten endogen dan intervening sebagai kekuatan prediksi dari model structural. Nilai R-*Square* adalah 0,75, 0,50, dan 0,25 dapat dikatakan model kuat, moderate dan lemah. Berikut ini hasil perhitungan nilai R-*Square*, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 7 Uji *R-Square*

Variabel	*R-Square*
Personal Financial management (Y)	0.385

Berdasarkan tabel 7 di atas menunjukkan bahwa variabel *Personal Financial management* memiliki nilai R-*Square* sebesar 0.385 atau 38.5%. Oleh karena R-*Square* kurang dari 50% maka konstruk X terhadap Y termasuk sedang. Sedangkan sisanya 61.5%% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian.

Uji F (Simultan)

Bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen apakah berpengaruh secara simultan atau tidak. Hubungan pengaruh variabel independen terhadap dependen didasarkan pada nilai F Hitung > F tabel dan P Value < 0.05 atau 5%. Jika nilai signifikansi > 0,05 maka Hipotesis ditolak, sebaliknya jika nilai signifikansi < 0,05 maka Hipotesis diterima. F hitung > F table maka variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikatnya. Pada penelitian ini diperoleh F tabel yaitu 3.089 dengan taraf signifikan 0,05. Sehingga kriteria penerimaan hipotesis adalah ketika nilai F Statistik > 3.089 dan P Value < 0,05. Adapun hasil uji F adalah sebagai berikut:

Tabel 8
Uji F

Hipotesis	Sum Square	df	Mean Square	F	P Value
H3	2.449.175	2	1.224.588	30.359	0.000

Berdasarkan data hasil uji F pada tabel di atas, dapat diketahui hasilnya: Hasil F-statistik menunjukkan nilai sebesar 30.359> 3.089 dan nilai p value sebesar 0,000 < 0,05. Hasil tersebut membuktikan bahwa *Service User Behavior* dan *E-Trust* Secara simultan Berpengaruh Signifikan Terhadap *Personal Financial management*.

Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya maka dilakukan rekapitulasi hasil pengujian hipotesis sebagai berikut:

Tabel 9
Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis

	Hipotesis	Keterangan
H1	*Service User Behavior* Berpengaruh positive Signifikan terhadap *Personal Financial management*	Diterima
H2	*E-Trust* Berpengaruh positive Signifikan terhadap *Personal Financial management*	Diterima
H3	*Service User Behavior* dan *E-Trust* Berpengaruh positive Signifikan terhadap *Personal Financial management*	Diterima

Pembahasan

Hipotesis 1: *Service User Behavior* Berpengaruh positive Signifikan terhadap *Personal Financial management*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Service User Behavior* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Personal Financial management.* Bukti ini dapat dilihat dari hasil uji yang tertera pada tabel 6, dimana nilai T-statistik sebesar 2.087> 1,96, dan nilai P-value sebesar 0.037< 0.05. Ini berarti bahwa hubungan yang terjadi positif signifikan atau didukung. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan bahwa *Service User Behavior* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Personal Financial management* **diterima.**

Artinya peningkatan secara parsial variabel *Service User Behavior* akan menyebabkan peningkatan pada variable *Personal Financial management.* Temuan ini sejalan dengan teori Kotler dan Keller yang menegaskan bahwa perilaku konsumen berperan penting dalam keputusan pembelian serta penggunaan produk atau layanan, yang dalam konteks ini berimplikasi pada pengelolaan keuangan pribadi individu (Kotler & Keller, 2013).

Generasi Z di Kota Bandar Lampung menggunakan layanan ShopeePay Later ternyata berpengaruh besar terhadap bagaimana mereka mengelola keuangan pribadi. Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin bijak mereka dalam menggunakan layanan ShopeePay Later, semakin baik pula cara mereka mengatur keuangan. Artinya, jika mereka mampu mengontrol penggunaan layanan ini dengan disiplin, misalnya hanya menggunakan untuk kebutuhan penting dan membayar tagihan tepat waktu, maka kondisi keuangan mereka bisa lebih stabil dan sehat. Sebaliknya, jika mereka tidak bijak dalam

menggunakannya, ada risiko keuangan yang bisa muncul, seperti utang yang menumpuk atau pengeluaran yang tidak terkontrol.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Aprilia et al., 2024) berjudul "Pengaruh Penggunaan Shopee PayLater terhadap Manajemen Keuangan Mahasiswa/I Kampus 3 Universitas Mercu Buana Yogyakarta" penggunaan Shopee PayLater berpengaruh secara nyata terhadap manajemen keuangan Mahasiswa/I di Kampus 3 Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Selain itu, aktivitas kemudahan transaksi online dengan menggunakan fitur Shopee PayLater berpengaruh positif terhadap manajemen keuangan mahasiswa yang berarti semakin mudah fitur yang disediakan maka semakin tinggi angka penggunaan Shopee PayLater yang akan berdampak juga pada manajemen keuangan mahasiswa.

Hipotesis 2: *E-Trust* Berpengaruh positif Signifikan terhadap *Personal Financial management*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *E-Trust* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Personal Financial management.* Bukti ini dapat dilihat dari hasil uji yang tertera pada tabel 6, dimana nilai T-statistik sebesar 2.096> 1,96, dan nilai P-value sebesar 0.036< 0.05. Ini berarti bahwa hubungan yang terjadi positif signifikan atau didukung. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua yang menyatakan bahwa *E-Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Personal Financial management* **diterima.**

Menurut (Kotler & Armstrong, 2022) kepercayaan itu ialah kesiapan sebuah perusahaan untuk mengandalkan mitra bisnisnya. Dalam dunia online, membangun kepercayaan jauh lebih sulit dibandingkan transaksi langsung, karena orang tidak bisa melihat atau berinteraksi langsung dengan penyedia layanan. Tapi, kepercayaan ini sangat penting karena tanpa rasa percaya, transaksi bisnis tidak akan terjadi.

Jika Gen Z merasa aman dan percaya dengan ShopeePay Later, misalnya karena sistemnya transparan dan memiliki perlindungan konsumen mereka cenderung lebih bijak dalam menggunakan fitur kredit ini. Sebaliknya, jika kurang percaya atau kurang memahami risikonya, mereka bisa saja terjebak dalam utang yang tidak terkontrol. Dengan kata lain, semakin tinggi kepercayaan Generasi Z terhadap ShopeePay Later, semakin besar kemungkinan mereka untuk menggunakannya secara bertanggung jawab, membayar cicilan tepat waktu, dan menjaga kesehatan finansial mereka.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Lasmi, 2024) dengan judul penelitian "Optimalisasi Pengelolaan Keuangan: Analisis Persepsi Kepercayaan, Manfaat, dan Kemudahan pada Minat Nasabah Menggunakan Layanan M-Banking" yang memperoleh temuan hasil Hasil penelitian tersebut memiliki makna naiknya persepsi kepercayaan maka minat nasabah di LPD Legian akan mengalami peningkatan, begitu juga sebaliknya semakin rendah persepsi kepercayaan maka akan menurunkan minat nasabah di LPD Legian.

Hipotesis 3: *Service User Behavior* dan *E-Trust* Berpengaruh positive Signifikan terhadap *Personal Financial management*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Service User Behavior* dan *E-Trust* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Personal Financial management.* Bukti ini dapat dilihat dari hasil uji yang tertera pada tabel 8, dimana nilai F-statistik sebesar 30.359> 3.089, dan nilai P-value sebesar 0,000 < 0,05. Ini berarti bahwa hubungan yang terjadi positif signifikan atau didukung. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa *Service User Behavior* dan *E-Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Personal Financial management* **diterima.**

Semakin baik perilaku pengguna layanan dalam memanfaatkan ShopeePay Later, misalnya dengan menggunakan fitur ini secara bijak, membayar cicilan tepat waktu, dan tidak melebihi batas kemampuan keuangan, serta semakin tinggi tingkat kepercayaan mereka terhadap sistem layanan (*E-Trust*), maka semakin baik pula cara mereka dalam mengelola keuangan pribadi (*Personal Financial Management*). Sebaliknya, jika mereka kurang bijak dalam menggunakan layanan ini atau memiliki tingkat kepercayaan yang rendah terhadap sistem, mereka cenderung lebih ceroboh dalam mengatur keuangan, seperti terlambat membayar cicilan atau berbelanja di luar batas kemampuan.

Fenomena ini cukup sering terjadi di Bandar Lampung, di mana banyak anak muda yang terjebak dalam utang konsumtif akibat penggunaan ShopeePay Later yang tidak terkontrol. Oleh karena itu, penting bagi Generasi Z untuk memahami cara menggunakan layanan ini dengan bijak serta meningkatkan literasi keuangan dan kepercayaan digital agar dapat menjaga kestabilan finansial mereka.

Temuan diatas sejalan dengan teori dari (Dew & Xiao, 2011) *Personal Financial Management* atau pengelolaan keuangan pribadi adalah proses individu dalam merencanakan, mengatur, mengelola, dan mengendalikan sumber daya keuangan mereka untuk mencapai tujuan finansial tertentu. Pengelolaan keuangan yang baik mencakup pengambilan keputusan dalam hal pendapatan, pengeluaran, tabungan, investasi, serta manajemen utang, sehingga individu dapat mencapai stabilitas dan kesejahteraan finansial.

Meskipun variabel " *Service User Behavior* dan *E-Trust* terhadap *Personal Financial management*" masih kurang diteliti, beberapa studi sebelumnya memberikan wawasan penting yang relevan dengan topik ini. Salah satu penelitian yang patut dicatat adalah yang dilakukan oleh (Aprilia et al., 2024) berjudul "Pengaruh Penggunaan Shopee PayLater terhadap Manajemen Keuangan Mahasiswa/I Kampus 3 Universitas Mercu Buana Yogyakarta" disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara penggunaan Shopee PayLater dan manajemen keuangan mahasiswa di Kampus 3 Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Meskipun hasil menunjukkan hubungan positif antara penggunaan Shopee PayLater dan manajemen keuangan mahasiswa, penelitian ini tidak mengidentifikasi variabel lain yang memungkinkan dapat memengaruhi manajemen keuangan mahasiswa. Faktor-faktor lainnya, seperti pengeluaran, pendapatan, atau kebijakan kampus mungkin juga berkontribusi terhadap manajemen keuangan mahasiswa. pemahaman lebih komprehensif terkait faktor-faktor yang memengaruhi manajemen keuangan. Artinya peningkatan secara parsial variabel *Service User Behavior* dan *E-Trust* akan menyebabkan peningkatan pada variable *Personal Financial management*.

Hipotesis 4: Perspektif bisnis islam berpengaruh terhadap *personal financial management* Studi Pada Generasi Z Pengguna ShopeePay Later Di Kota Bandar Lampung

Dalam perspektif bisnis Islam, pengelolaan keuangan pribadi (*Personal Financial Management*) harus didasarkan pada prinsip jujur (*shidq*), adil (*'adl*), dan amanah. Generasi Z pengguna ShopeePay Later di Kota Bandar Lampung perlu memahami bahwa setiap transaksi yang mereka lakukan bukan hanya sekadar memenuhi kebutuhan, tetapi juga harus selaras dengan nilai-nilai syariah. Kejujuran dalam keuangan berarti mereka harus memahami kondisi finansialnya sendiri, mencatat pemasukan dan pengeluaran dengan transparan, serta tidak menggunakan ShopeePay Later di luar batas kemampuan membayar. Jika seseorang tidak jujur dalam mengelola keuangannya, bisa berujung pada keterlambatan pembayaran cicilan yang menyebabkan masalah keuangan lebih besar di masa depan.

Selain itu, prinsip keadilan (*'adl*) menuntut keseimbangan dalam perencanaan keuangan. Generasi Z harus bisa membedakan antara kebutuhan dan keinginan agar tidak terjebak dalam pola konsumtif. ShopeePay Later sebaiknya digunakan untuk hal yang benar-benar diperlukan, bukan sekadar mengikuti tren atau gaya hidup. Jika penggunaannya tidak terkendali, bisa menyebabkan ketidakseimbangan finansial dan mengarah pada *israf* (pemborosan), yang bertentangan dengan ajaran Islam. Dalam konteks ini, penting bagi pengguna untuk memastikan bahwa layanan yang mereka gunakan tidak mengandung unsur riba atau biaya tambahan yang tidak transparan (*gharar*), karena Islam melarang segala bentuk transaksi yang merugikan salah satu pihak.

Prinsip amanah dalam bisnis Islam juga menekankan bahwa seseorang harus bertanggung jawab dalam memenuhi kewajiban finansialnya. Jika Generasi Z menggunakan ShopeePay Later, mereka harus memiliki komitmen untuk membayar cicilan tepat waktu agar tidak terbebani utang yang menumpuk. Rasulullah SAW mengajarkan bahwa utang adalah tanggung jawab yang harus diselesaikan, karena seseorang akan dimintai pertanggungjawaban atas utangnya di akhirat. Oleh karena itu, pengelolaan keuangan yang sesuai syariat Islam tidak hanya membantu Generasi Z menjaga kestabilan finansialnya, tetapi juga memastikan bahwa transaksi yang mereka lakukan tetap membawa keberkahan dan tidak menimbulkan kesulitan di masa depan.

ShopeePay Later adalah layanan *buy now, pay later* (BNPL) yang memungkinkan pengguna untuk berbelanja dengan sistem kredit dan membayar di kemudian hari. Dalam Islam, konsep kredit atau cicilan sebenarnya diperbolehkan selama tidak mengandung unsur riba, ketidakjelasan (*gharar*), atau penindasan (*zalim*). Namun, dalam praktiknya, ShopeePay Later menerapkan bunga dan denda keterlambatan bagi pengguna yang tidak membayar tepat waktu. Hal ini termasuk dalam kategori *riba nasiah*, yaitu tambahan pembayaran karena penundaan, yang secara jelas dilarang dalam Islam sebagaimana disebutkan dalam Al-Qur'an (QS. Al-Baqarah: 275).

ٱلَّذِينَ يَأۡكُلُونَ ٱلرِّبَوٰاْ لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ ٱلَّذِي يَتَخَبَّطُهُ ٱلشَّيۡطَٰنُ مِنَ ٱلۡمَسِّۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمۡ قَالُوٓاْ إِنَّمَا ٱلۡبَيۡعُ مِثۡلُ ٱلرِّبَوٰاْۗ وَأَحَلَّ ٱللَّهُ ٱلۡبَيۡعَ وَحَرَّمَ ٱلرِّبَوٰاْۚ فَمَن جَآءَهُۥ مَوۡعِظَةٞ مِّن رَّبِّهِۦ فَٱنتَهَىٰ فَلَهُۥ مَا سَلَفَ وَأَمۡرُهُۥٓ إِلَى ٱللَّهِۖ وَمَنۡ عَادَ فَأُوْلَٰٓئِكَ أَصۡحَٰبُ ٱلنَّارِۖ هُمۡ فِيهَا خَٰلِدُونَ

Artinya: Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.

Selain itu, banyak pengguna yang kurang memahami secara detail ketentuan biaya tambahan dan bunga yang dikenakan, sehingga berpotensi mengandung unsur *gharar*, yaitu transaksi yang mengandung ketidakjelasan dan dilarang dalam Islam.ShopeePay Later juga sering kali digunakan untuk memenuhi keinginan konsumtif daripada kebutuhan yang benar-benar mendesak. Dalam Islam, perilaku konsumtif atau pemborosan (*israf*) sangat dilarang karena dapat menyebabkan kesulitan keuangan di masa depan. Al-Qur'an dalam QS. Al-Isra': 26-27

وَاٰتِ ذَا الْقُرْبٰى حَقَّهٗ وَالْمِسْكِيْنَ وَابْنَ السَّبِيْلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيْرًا ٢٦

Artinya: Dan berikanlah haknya kepada kerabat dekat, juga kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan; dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros.

اِنَّ الْمُبَذِّرِيْنَ كَانُوْٓا اِخْوَانَ الشَّيٰطِيْنِ ۗوَكَانَ الشَّيْطٰنُ لِرَبِّهٖ كَفُوْرًا ٢٧

Artinya: Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.

Oleh karena itu, jika layanan ini tidak digunakan dengan bijak, pengguna dapat terjebak dalam siklus utang yang tidak sehat dan bertentangan dengan prinsip keuangan syariah. Meskipun Islam mengajarkan bahwa seseorang wajib melunasi utangnya tepat waktu, jika sistem pembayaran yang digunakan mengandung unsur riba atau membebani dengan denda yang tidak adil, maka hal ini juga tidak sesuai dengan prinsip bisnis Islam yang mengutamakan keadilan dan keberkahan dalam transaksi. ShopeePay Later menetapkan biaya layanan dan bunga (biasanya berkisar 2.95% per bulan) jika pengguna memilih cicilan atau terlambat membayar tagihan. Bunga ini termasuk dalam kategori *riba nasiah*, yaitu tambahan pembayaran karena menunda kewajiban, yang jelas diharamkan dalam Islam.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Service User Behavior* berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap *Personal Financial management* Pada Generasi Z Pengguna ShopeePay Later Di Kota Bandar Lampung. Hal tersebut dapat diartikan bahwa variabel *Service User Behavior* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Personal Financial management*. Dimana semakin tinggi tingkat *Service User Behavior* maka *Personal Financial management* juga akan meningkat.
2. *E-Trust* berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap *Personal Financial management* Pada Generasi Z Pengguna ShopeePay Later Di Kota Bandar Lampung. Hal tersebut dapat diartikan bahwa variabel *E-Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Personal Financial management*. Dimana semakin tinggi *E-Trust* maka *Personal Financial management* Generasi Z Pengguna ShopeePay Later Di Kota Bandar Lampung juga akan meningkat.
3. *Service User Behavior* dan *E-Trust* berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap *Personal Financial management* Pada Generasi Z Pengguna ShopeePay Later Di Kota Bandar Lampung. Hal tersebut dapat diartikan bahwa variabel *Service User Behavior* dan *E-Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Personal Financial management*. Dimana semakin tinggi tingkat *Service User Behavior* dan *E-Trust* maka *Personal Financial management* juga akan meningkat.
4. ShopeePay Later tidak sesuai dengan prinsip syariah karena mengandung unsur riba dalam bentuk bunga dan denda keterlambatan, berpotensi mengandung ketidakjelasan (*gharar*), serta mendorong perilaku konsumtif (*israf*). Islam mengajarkan bahwa transaksi keuangan harus dilakukan dengan jujur, adil, dan amanah, serta menghindari praktik yang dapat merugikan salah satu pihak. Oleh karena itu, penggunaan layanan kredit seperti ShopeePay Later perlu dilakukan dengan penuh kehati-hatian agar tidak menimbulkan dampak negatif terhadap kondisi keuangan pengguna.

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan maka peneliti menyampaikan saran sebagai berikut: bagi generasi Z kota bandar lampung, berdasarkan hasil penelitian yang

diperoleh diharapkan sebaiknya lebih bijak dalam mengelola keuangan pribadi, menghindari penggunaan layanan berbasis riba, dan lebih memilih alternatif yang sesuai dengan Islam, seperti sistem cicilan berbasis akad *Murabahah* di lembaga keuangan syariah. Kemudian bagi peneliti selanjutnya dengan keterbatasan dan kekurangan ini maka diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan objek, jumlah sampel berbeda, dan metode analisis,serta menambahkan variabel literasi keuangan untuk mendapatkan hasil yang dapat dibandingkan dan dikembangkan.

DAFTAR PUSTAKA

Aprilia, L. P., Alam, Y. V. M., & Firdaus, S. (2024). Pengaruh Penggunaan Shopee PayLater terhadap Manajemen Keuangan Mahasiswa/I Kampus 3 Universitas Mercu Buana Yogyakarta. *JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, *4*(1), 61–67. https://doi.org/10.47233/jkomdis.v4i1.1429

Conner, M. (2020). Theory of planned behavior. *Handbook of Sport Psychology*, 1–18.

Dew, J. P., & Xiao, J. J. (2011). *The financial management behavior scale: Development and validation.*

Ekaputra, A., Triyono, T., & Achyani, F. (2022). Meminimalisasi Penggelapan Pajak Melalui Optimalisasi Kesadaran Perilaku Wajib Pajak Dengan Pendekatan Theory Of Planned Behavior. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, *10*(1), 198–206.

Fernando, M. F. (2024). *PENGARUH LAYANAN PAYLATER DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KEUANGAN PADA GENERASI MILENIAL DI KOTA YOGYAKARTA*. *11*(2), 141–155.

Fishbein, M., & Ajzen, I. (1977). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research.*

Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program smartpls 3.0 untuk penelitian empiris. *Semarang: Badan Penerbit UNDIP*, *4*(1).

Habiba, S., Sissah, S., & Siregar, E. S. (2024). Analisis Penggunaan Fitur Shopee Paylater Dalam Perspektif Mahasiswa Perbankan Syariah Febi Uin Sts Jambi. *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen*, *1*(3), 170–184.

Ida, I. D. A., & Dwinta, C. Y. (2010). Pengaruh Locus Of Control, financial knowledge, income terhadap financial management behavior. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, *12*(3), 321621.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2022). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Vol. 1, Issue 2). Jilid.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran edisi ketiga belas. *Jakarta: Erlangga*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). Strategi Pemasaran. *Preshallindo, Jakarta*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Gestión de marketing*. Pearson.

Lasmi, N. W. L. (2024). Optimalisasi Pengelolaan Keuangan: Analisis Persepsi Kepercayaan, Manfaat, dan Kemudahan pada Minat Nasabah Menggunakan Layanan M-Banking. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, *25*(1), 55–60.

Lathiifah, D. R., & Kautsar, A. (2022). Pengaruh Financial Literacy, Financial Technology, Financial Self-Efficacy, Income, Lifestyle, dan Emotional Intelligence terhadap Financial Management Behavior pada Remaja di Kabupaten Ponorogo. *Jurnal Ilmu Manajemen*, *10*(4), 1211–1226.

McKnight, D. H., Choudhury, V., & Kacmar, C. (2002). The impact of initial consumer trust on intentions to transact with a web site: a trust building model. *The Journal of Strategic Information Systems*, *11*(3–4), 297–323.

Nawangasari, S., & Putri, N. D. (2020).

Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Bni Mobile Banking Melalui Citra Bank Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Matrik*, *22*(1), 55–63.

Nobriyani, A. P., & Haryono, N. A. (2019). Faktor-faktor yang memengaruhi financial management behavior pada keluarga tki di kabupaten ponorogo. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, *7*(3).

Prastiwi, I. E., & Fitria, T. N. (2021). Konsep Paylater Online Shopping dalam Pandangan Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, *7*(1), 425. https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1458

Purwanto, E., & Nugroho, P. W. (2020). *Metodologi penelitian kuantitatif*.

Putri, A. L., & Priantilianingtiasari, R. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan Shopee Paylater dan Life Style terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, *6*(3), 1245–1261.

Rahmawati, R. E., & Maika, M. R. (2021). Penerapan Model UTAUT terkait akseptasi mahasiswa terhadap Cashless Payment di masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, *17*(1), 1–14.

Rokhayati, I., Harsuti, H., Purnomo, S. D., & Alam, C. S. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Pengelolaan Keuangan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Wijayakusuma Purwokerto). *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *11*(03), 803–813.

Sahir, S. H. (2021). *Metodologi penelitian*. Penerbit KBM Indonesia.

Sampoerno, A. E., & Haryono, N. A. (2021). Pengaruh Financial Literacy, Income, Hedonism Lifestyle, Self-Control, dan Risk Tolerance terhadap Financial Management Behavior pada Generasi Milenial Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, *9*(3), 1002–1014. https://doi.org/10.26740/jim.v9n3.p1002-1014

Sangadji, E. M., & Sopiah, S. (2013). The Effect of Organizational Culture On Lecturers' Job Satisfaction and Performance: A Research in Muhammadiyah University throughout East Java. *International Journal of Learning & Development*, *3*(3), 1–18.

Saputra, A. D. (2021). *PENGARUH FINANCIAL LITERACY DAN FINANCIAL ATTITUDE TERHADAP FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR (STUDI PADA MAHASISWA JURUSAN AKUNTANSI UNISDA DAN STIEKIA)*. UNIVERSITAS ISLAM DARUL'ULUM LAMONGAN.

Sepianti, A., & Salim, A. (2023). Pengaruh Penggunaan Fitur Shopee Pay Later Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Stebis Igm Dalam Perspektif Ekonomi …. *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan …*, *2*, 1–7.

Trulline, P. (2021). Pemasaran produk UMKM melalui media sosial dan e-commerce. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, *5*(2), 259.

Worthington, A. K. (2021). Theory of planned behavior. *Persuasion Theory in Action: An Open Educational Resource*.