

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh literasi keuangan, penggunaan layanan Paylater, dan fitur live shopping terhadap perilaku pembelian impulsif pada generasi Z di Yogyakarta. Literasi keuangan memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan finansial yang optimal, terutama dalam konteks generasi Z yang akrab dengan teknologi digital dan memiliki akses mudah terhadap layanan keuangan seperti fintech. Penelitian ini menggunakan tiga kriteria utama yaitu Generasi Z berusia 18-27 tahun, pernah melakukan shopping live, dan pernah atau sedang menggunakan layanan paylater. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan kuesioner. Selain itu, teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, regresi linear berganda dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif Generasi Z, hadirnya fitur live shopping tidak berpengaruh terhadap pembelian impulsif pada Generasi Z, dan Penggunaan fitur layanan Paylater berpengaruh signifikan dan meningkatkan kecenderungan pembelian impulsif di Generasi Z. Implikasi dari penelitian ini memberikan wawasan bagi generasi Z tentang pentingnya literasi keuangan dalam mengelola keuangan pribadi dan menghindari perilaku konsumtif. Selain itu, hasil penelitian ini dapat membantu industri jasa keuangan dan penyedia layanan fintech dalam merancang produk yang mendukung pengelolaan keuangan yang lebih baik bagi pengguna.

**Kata Kunci:** Literasi Keuangan, *Paylater*, *Live Shopping*, Pembelian Impulsif, Perilaku Konsumen, Pengelolaan Keuangan, *Fintech*.

## ABSTRACT

*This study aims to explore the influence of financial literacy, the use of Paylater services, and live shopping features on impulse buying behavior in generation Z in Yogyakarta. Financial literacy plays an important role in making optimal financial decisions, especially in the context of generation Z who are familiar with digital technology and have easy access to financial services such as fintech. This study uses three main criteria, namely Generation Z aged 18-27 years, have ever done live shopping, and have used or are currently using paylater services. This research uses a survey method with a questionnaire. In addition, the data analysis techniques used include validity test, reliability test, multiple linear regression and hypothesis testing. The results showed that financial literacy has no significant effect on Generation Z's impulsive purchases, the presence of the live shopping feature has no effect on impulse purchases in Generation Z, and the use of the Paylater service feature has a significant effect and increases the tendency of impulsive purchases in Generation Z. The implications of this study provide insight for Generation Z about the importance of financial literacy in managing personal finances and avoiding consumptive behavior. In addition, the results of this study can help the financial services industry and fintech service providers in designing products that support better financial management for users.*

*Keywords: Financial Literacy, Paylater, Live Shopping, Impulsive Buying, Consumer Behavior, Financial Management, Fintech.*