

**PENGARUH *DIGITAL FINANCIAL LITERACY*, KEMUDAHAN
AKSES BNPL, DAN *LATTE FACTOR* TERHADAP *IMPULSIVE
BUYING* PADA GENERASI Z SEBAGAI PENGGUNA *E-
COMMERCE***

***THE INFLUENCE OF DIGITAL FINANCIAL LITERACY, EASE
OF ACCESS TO BUY NOW PAY LATER (BNPL), AND LATTE
FACTOR ON IMPULSIVE BUYING BEHAVIOR AMONG
GENERATION Z AS E-COMMERCE USERS***

Oleh

KARTIKA SUNDARI

62201022002240

SKRIPSI



**JURUSAN AKUNTANSI
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI**

DEPOK

2026

**PENGARUH *DIGITAL FINANCIAL LITERACY*, KEMUDAHAN
AKSES BNPL, DAN *LATTE FACTOR* TERHADAP *IMPULSIVE
BUYING* PADA GENERASI Z SEBAGAI PENGGUNA *E-
COMMERCE***

***THE INFLUENCE OF DIGITAL FINANCIAL LITERACY,
EASE OF ACCESS TO BUY NOW PAY LATER (BNPL), AND
LATTE FACTOR ON IMPULSIVE BUYING BEHAVIOR
AMONG GENERATION Z AS E-COMMERCE USERS***

Oleh

KARTIKA SUNDARI

62201022002240

SKRIPSI

Telah disahkan dan disetujui pada

Tempat : Depok

Tanggal : 7 Juli 2026

Dosen Pembimbing

Ketua Jurusan

Rio Eldianson, SE, M.Si

NIDN/NUPKT: 1651763664130212

Israfil Munawarah, SE., M.Ak

NIDN/NUPTK: 4444772673130242

Mengetahui,

Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S.

NIDN/NUPTK: 2017065701

**PENGARUH *DIGITAL FINANCIAL LITERACY*, KEMUDAHAN
AKSES BNPL, DAN *LATTE FACTOR* TERHADAP *IMPULSIVE
BUYING* PADA GENERASI Z SEBAGAI PENGGUNA *E-
COMMERCE***

***THE INFLUENCE OF DIGITAL FINANCIAL LITERACY, EASE
OF ACCESS TO BUY NOW PAY LATER (BNPL), AND LATTE
FACTOR ON IMPULSIVE BUYING BEHAVIOR AMONG
GENERATION Z AS E-COMMERCE USERS***

Oleh

KARTIKA SUNDARI

62201022002240

SKRIPSI

Telah diujikan pada

Tempat : Depok

Tanggal : 7 Juli 2026

Ketua Penguji

Anggota Penguji

Wahjuny Djamaa, SE.Ak, M.Sc
NIDN/NUPKT: 0024048601

Ichwan, S.E., M.Ak
NIDN/NUPTK: 0417117203

Mengetahui,

Ketua Jurusan Akuntansi

Israfil Munawarah, SE., M.Ak
NIDN /NUPTK: 4444772673130242

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini;

Nama Lengkap : Kartika Sundari

NIM : 62201022002240

Judul Skripsi : Pengaruh *Digital Financial Literacy*, Kemudahan akses *Buy Now Paylater*, dan *Latte Factor* Terhadap *Impulsive Buying* pada Generasi Z Pengguna *E-Commerce*

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil penelitian dan penulisan dari skripsi saya adalah murni hasil pemikiran saya yang dikuatkan dengan adanya cek plagiasi sesuai dengan aturan yang berlaku di Sekolah Tinggi Ilmu ekonomi GICI.
2. Hasil Penelitian dan Penulisan dari Skripsi saya ini, dengan ini dialihkan hak nya kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk paten dan juga hal-hal yang berkaitan.
3. Penulisan Hasil Penelitian Skripsi telah mengikuti kaidah-kaidah yang berlaku di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
4. Apabila dikemudian hari, bahwa hasil Penelitian ini dan penulisan Skripsi ini mempunyai kesamaan atau terdapat unsur penjiplakan terhadap karya ilmiah orang lain, maka dengan ini saya siap menerima sanksi berupa:
 - a. Pencabutan gelar kesarjanaan saya yang telah saya terima.
 - b. Pencabutan ijazah saya sesuai dengan aturan atau undang-undang yang berlaku.

Demikian Surat Pernyataan saya buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Depok, 7 Juli 2026

Kartika Sundari

SURAT PERNYATAAN PENGGUNAAN KECERDASAN BUATAN (AI)

Yang bertanda tangan dibawah ini;

Nama Lengkap : Kartika Sundari

NIM : 62201022002240

Judul Skripsi : Pengaruh *Digital Financial Literacy*, Kemudahan akses *Buy Now Paylater*, dan *Latte Factor* Terhadap *Impulsive Buying* pada Generasi Z Pengguna *E-Commerce*

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Dalam Penulisan hasil karya ilmiah, saya dibantu menggunakan Kecerdasan Buatan (*Artificial Intellence / AI*)
2. Aplikasi Kecerdasan Buatan (*Artificial Intellence / AI*) yang saya pergunakan Adalah: ChatGPT, Manus Ai, Parafrase Tools.
3. Dalam penulisan karya ilmiah ini, saya TIDAK menerapkan SALIN-TEMPEL (*copy-paste*) hasil kecerdasan Buatan (*Artificial Intellence / AI*) kedalam tulisan saya.
4. Seluruh isi, Analisa, argumen, data dan Kesimpulan yang terdapat dalam karya ilmiah saya, merupakan hasil pemahaman , kajian, dan tanggung jawab penulis secara penuh. Tidak ada bagian dari penulisan ini yang dihasilkan sepenuhnya oleh kecerdasan buatan (*Artificial Intellence / AI*) tanpa pengawasan, pemrosesan, atau evaluasi ulang oleh penulis.
5. Apabila dikemudian hari, terdapat pelanggaran terhadap prinsip etika akademik, termasuk penggunaan Kecerdasan buatan (*Artificial Intellence / AI*) secara tidak tepat yang merupakan bentuk ketidakjujuran ilmiah, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.

Demikian Surat pernyataan ini saya buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Depok, 7 Juli 2026

Kartika Sundari

Nama Lengkap : Kartika Sundari
NIM : 62201022002240
Judul Skripsi : Pengaruh *Digital Financial Literacy*, Kemudahan akses *Buy Now Paylater*, dan *Latte Factor* Terhadap *Impulsive Buying* pada Generasi Z Pengguna *E-Commerce*

Abstrak

Generasi Z merupakan konsumen digital terbesar di Indonesia dengan pertumbuhan *e-commerce* eksponensial. Meskipun memiliki literasi keuangan digital tinggi, perilaku *impulsive buying* tetap meningkat didorong oleh kemudahan BNPL dan fenomena *Latte Factor*. Penelitian ini mengidentifikasi pengaruh *Digital Financial Literacy*, Kemudahan Akses BNPL, dan *Latte Factor* terhadap *Impulsive Buying* pada 47 responden Generasi Z di Bogor Selatan menggunakan regresi linear berganda. Hasil menunjukkan ketiga variabel signifikan secara simultan ($F = 14.954$, $p = 0.000$, $R^2 = 0.511$), namun hanya *Latte Factor* signifikan secara parsial ($\beta = 0.659$, $p = 0.000$). Temuan mengindikasikan *knowledge-behavior gap* pada Generasi Z, di mana kesadaran pengeluaran kecil berulang merupakan faktor terkuat mendorong *impulsive buying*, memberikan implikasi penting bagi konsumen, platform *e-commerce*, penyedia BNPL, dan pembuat kebijakan.

Kata Kunci: *Digital Financial Literacy*, *Buy Now Pay Later*, *Latte Factor*, *Impulsive Buying*, *Generasi Z*.

Abstract

Generation Z represents the largest digital consumer segment in Indonesia with exponential e-commerce growth. Despite high digital financial literacy, impulsive buying behavior increases driven by BNPL ease and the Latte Factor phenomenon. This research identifies the influence of Digital Financial Literacy, BNPL Access Ease, and Latte Factor on Impulsive Buying among 47 Generation Z respondents in South Bogor using multiple linear regression. Results show all three variables significantly influence impulsive buying simultaneously ($F = 14.954$, $p = 0.000$, $R^2 = 0.511$), but only Latte Factor is significant partially ($\beta = 0.659$, $p = 0.000$). Findings indicate a knowledge-behavior gap in Generation Z, where awareness of small repeated expenses is the strongest factor driving impulsive buying, providing important implications for consumers, e-commerce platforms, BNPL providers, and policymakers.

Keywords: Digital Financial Literacy, Buy Now Pay Later, Latte Factor, Impulsive Buying, Generation Z.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniya-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul ***Pengaruh Digital Financial Literacy, Kemudahan Akses BNPL, dan Latte Factor terhadap Impulsive Buying pada Generasi Z sebagai Pengguna E-Commerce.***

Dalam perjalanan penyusunan skripsi ini, penulis memerlukan dukungan, bimbingan, dorongan semangat, dan doa dari berbagai pihak sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang mendalam kepada:

1. Meldy Rifa'i, S.E. Selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok.
2. Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
3. Israfil Munawarah, S.E, M.Ak. Selaku Kepala Program Studi Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
4. Rio Eldianson, S.E, M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu berharga untuk membimbing penulis dan memberikan arahan dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Kedua orang tua saya tercinta yang telah memberikan motivasi, doa, dan dukungan penuh untuk menyelesaikan pendidikan.
6. Kedua kakak dan adik saya terutama Herlina Apriani yang selalu membantu dalam memfasilitasi penulis dari masa perkuliahan sampai penyusunan skripsi ini selesai.
7. Muhamad Al Daffa, yang telah membersamai penulis dari masa perkuliahan hingga akhir penyusunan skripsi ini selesai. Terimakasih atas segala kontribusi, motivasi, dukungan, doa, dan setiap uluran tangan yang di berikan kepada penulis terutama di masa-masa sulit dalam dunia perkuliahan.
8. Seluruh teman-teman mahasiswa kelas Akuntansi angkatan 2022 yang senantiasa menemani penulis semasa menjalani perkuliahan di STIE GICI Bogor dengan penuh suka duka.

9. Rekan-rekan, sahabat seperjuangan di STIE GICI, yang telah memberikan semangat, motivasi, doa, dan dukungan dalam perjalanan akademik menuju gelar sarjana.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak keterbatasan dalam penyusunan skripsi ini, baik dari segi pengetahuan maupun pengalaman. Dengan kerendahan hati, penulis mengharapkan masukan, saran, dan kritik yang membangun untuk menyempurnakan tugas akhir ini.

Penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan masyarakat luas, serta dapat menjadi sumber pengetahuan yang berharga dan dapat dikembangkan lebih lanjut untuk menciptakan kontribusi positif bagi perkembangan ilmu pengetahuan, sehingga tercipta kondisi yang kondusif untuk memperlancar pelaksanaan tugas.

Depok, 7 Juli 2026

Penulis

DAFTAR ISI

Lembar Judul Skripsi	i
Lembar Persetujuan.....	ii
Lembar Pengesahan	iii
Lembar Pernyataan.....	iv
Lembar Pernyataan Penggunaan Kecerdasan Buatan (AI)	v
Lembar Abstrak	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Lampiran	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Rumusan Masalah.....	6
1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	6
1.5.1 Maksud Penelitian	6
1.5.2 Tujuan Penelitian	6
1.6 Sistematika Penulisan	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Perilaku Keuangan (<i>Behavioral Finance</i>).....	8
2.1.2 Perilaku Konsumen (<i>Consumer Behavior</i>).....	8
2.1.3 Teori Stimulus-Organisme-Respons (SOR)	9
2.1.4 Manajemen Keuangan Pribadi (Personal Financial Management)	10
2.2 Variabel Independen.....	10
2.2.1 <i>Digital Financial Literacy</i>	10
2.2.2 Kemudahan Akses Buy Now Pay Later (BNPL)	13
2.2.3 <i>Latte Factor</i>	14
2.3 Variabel Dependen	16
2.3.1 <i>Impulsive Buying</i>	15
2.4 Penelitian Terdahulu	19
2.5 Kerangka Pemikiran.....	22
2.6 Hipotesis	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	26

3.1	Desain dan Jenis Penelitian.....	26
3.2	Objek, Jadwal dan Lokasi Penelitian	28
3.2.1	Objek Penelitian	28
3.2.2	Jadwal dan Lokasi Penelitian	29
3.3	Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	30
3.3.1	Jenis Data Penelitian.....	30
3.3.2	Jenis Data Berdasarkan Sumber	30
3.4	Populasi dan Sampel	31
3.4.1	Populasi ..	31
3.4.2	Sampel Penelitian	31
3.5	Operasional Variabel.....	32
3.5.1	Variabel Independen (X).....	33
3.5.2	Variabel Dependen (Y)	35
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	39
3.7	Metode Pengolahan/Analisis Data.....	40
3.7.1	Metode Pengolahan Data.....	41
3.7.2	Metode Analisis Data	43
3.8	Analisis Regresi Linear Berganda.....	44
3.9	Koefisien Determinasi (R^2)	45
3.10	Uji Hipotesis	45
3.10.1	Uji t (Uji Parsial)	45
3.10.2	Uji F (Uji Simultan).....	46
3.10.3	Hipotesis	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		49
4.1	Pembahasan Hasil Penelitian	49
4.1.1	Gambaran Umum Responden dan Lokasi Penelitian ..	49
4.1.2	Deskripsi Karakteristik Responden	50
4.1.3	Uji Validitas dan Reliabilitas	58
4.1.4	Uji Asumsi Klasik.....	62
4.1.5	Analisis Regresi Linear Berganda	67
4.2	Pembahasan dan Interpretasi Penelitian.....	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		74
5.1	Kesimpulan Penelitian	74
5.2	Saran	75
DAFTAR PUSTAKA		77
LAMPIRAN.....		83

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Tabel Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian	29
Tabel 3.2. Tabel Operasional Variabel.....	36
Tabel 3.3. Tabel Skala Likert	40
Tabel 3.4. Tabel Interpretasi Nilai Koefisien Determinasi (r^2)	45
Tabel 4.1. Distribusi Frekuensi Responden.....	50
Tabel 4.2. Kategori Indeks Jawaban Responden.....	53
Tabel 4.3 Indeks Jawaban Responden (X1)	53
Tabel 4.4 Indeks Jawaban Responden (X2)	55
Tabel 4.5 Indeks Jawaban Responden (X3)	56
Tabel 4.6 Indeks Jawaban Responden (Y)	57
Tabel 4.7 <i>Item Total Statistic</i> Variabel X1	59
Tabel 4.8 <i>Item Total Statistic</i> Variabel X2.....	60
Tabel 4.9 <i>Item Total Statistic</i> Variabel X3.....	60
Tabel 4.10 <i>Item Total Statistic</i> Variabel Y	61
Tabel 4.11 <i>Reliability Statistic</i> Semua Variabel	62
Tabel 4.12 <i>Shapiro-Wilk</i>	64
Tabel 4.13 <i>Collineary Statistic</i>	65
Tabel 4.14 ANOVA	67
Tabel 4.15 <i>Coefficients</i> (Uji t Parsial)	69
Tabel 4.16 <i>Model Summary</i>	70

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Jumlah Kontrak <i>Paylater</i> di Indonesia.....	1
Gambar 1.2 Indeks Literasi Digital Gen Z.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	24
Gambar 4.1 <i>Histogram Residual</i>	63
Gambar 4.2 <i>P-Plot Residual</i>	64
Gambar 4.3 <i>Scatterplot Residual</i>	66

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	83
Lampiran 2. Tabulasi Data Responden	89
Lampiran 3. Hasil Olah Data SPSS 26	93
Lampiran 4. Daftar Riwayat Hidup.....	112
Lampiran 5. Kartu Bimbingan	113
Lampiran 6. Plagiarism Checker-X.....	114