

ABSTRAK

Salah satu fenomena yang saat ini marak digunakan oleh mahasiswa adalah layanan *paylater*. Untuk dapat menggunakan layanan ini secara bijak, mahasiswa perlu memiliki literasi keuangan yang memadai serta merasakan kemudahan penggunaan aplikasi tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh literasi keuangan dan kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan aplikasi *paylater*, serta menguji disonansi kognitif dalam memoderasi hubungan antara ketiga variabel tersebut.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Analisis data dilakukan dengan metode *Partial Least Square* menggunakan *software SmartPLS 4*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi *paylater*. Mahasiswa dengan pemahaman literasi keuangan yang baik akan lebih mampu mempertimbangkan risiko dan manfaat dalam penggunaan *paylater*, sehingga keputusan penggunaan menjadi lebih bijak. Kemudahan penggunaan aplikasi *paylater* juga meningkatkan minat mahasiswa karena proses transaksi yang praktis. Namun, disonansi kognitif tidak terbukti memoderasi hubungan antara literasi keuangan dan kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan aplikasi *paylater*. Hal ini dimungkinkan karena mahasiswa menggunakan *paylater* untuk transaksi kecil, sehingga tidak muncul disonansi kognitif.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Kemudahan Penggunaan, Minat Menggunakan, Disonansi Kognitif

ABSTRACT

One of the emerging trends among university students today is the use of paylater services. To use these services wisely, students need to possess adequate financial literacy and perceive the ease of use of the application. This study aims to examine the influence of financial literacy and ease of use on the intention to use paylater applications, as well as to investigate the moderating role of cognitive dissonance in the relationship among these variables.

This research employs a quantitative approach. The sample consisted of 100 respondents selected through purposive sampling. Data were collected using a questionnaire and analyzed using the Partial Least Squares (PLS) method with SmartPLS 4 software.

The results show that financial literacy and ease of use have a positive and significant effect on the intention to use paylater applications. Students with higher financial literacy are better able to assess the risks and benefits of using paylater, leading to more prudent decision-making. The ease of use of paylater applications also enhances students' intention to use them due to the practical and convenient transaction process. However, cognitive dissonance was not found to moderate the relationship between financial literacy, ease of use, and the intention to use paylater applications. This may be due to the fact that students tend to use paylater services for small transactions, which may not trigger cognitive dissonance.

Keywords: *Financial Literacy, Ease of Use, Intention to Use, Cognitive Dissonance*