

## ABSTRAK

Perkembangan *start-up* di Indonesia meningkat pesat, terutama dalam kategori *e-commerce* dan *Financial Technology (fintech)*. *E-commerce* menyediakan platform untuk transaksi jual beli daring, sementara *fintech* menghadirkan inovasi jasa keuangan dengan teknologi modern. Integrasi *paylater* dengan *e-commerce* memungkinkan transaksi tanpa harus beralih platform, menawarkan alternatif pembayaran yang populer, meski penggunaannya yang tidak bijaksana bisa menyebabkan pemborosan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh minat beli, gaya hidup, dan kemudahan pengguna terhadap faktor-faktor *impulsive buying* pada pengguna yang menggunakan metode pembayaran *paylater*.

Penelitian ini menggunakan metode survei melalui kuesioner kepada responden pengguna metode pembayaran *paylater* di provinsi Jakarta, Bandung, dan Semarang. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda dan analisis deskriptif dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah perilaku *impulsive buying*. Variabel independen pada penelitian ini adalah minat beli, gaya hidup, dan kemudahan pengguna *paylater*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat beli, gaya hidup, dan kemudahan pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying*. Disamping itu, variabel Minat beli menjadi variabel yang memiliki pengaruh paling besar terhadap faktor-faktor *impulsive buying*.

Kata kunci: *Paylater*, Minat Beli, Gaya Hidup, Kemudahan Pengguna, *E-Commerce*, *Impulsive Buying*