

ABSTRAK

Perkembangan teknologi keuangan (fintech) telah membawa perubahan besar terhadap pola konsumsi masyarakat, khususnya generasi Z yang akrab dengan layanan digital seperti *PayLater* dan *e-wallet*. Kemudahan bertransaksi melalui dua layanan ini sering kali mendorong munculnya perilaku pembelian impulsif. Selain itu, faktor sosial seperti konformitas juga berperan dalam membentuk perilaku konsumtif individu, terutama ketika seseorang berusaha menyesuaikan diri dengan kelompok sebayanya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *PayLater*, *e-wallet*, dan konformitas terhadap perilaku *impulsive buying* pada Generasi Z Muslim di Kota Semarang. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan data yang diperoleh melalui kuesioner kepada 100 responden generasi Z Muslim di Kota Semarang. Pengujian dalam analisis ini menggunakan SPSS 31 dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *PayLater*, *e-wallet*, dan konformitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku *impulsive buying*. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat penggunaan *PayLater* dan *e-wallet*, serta semakin kuat dorongan sosial yang dialami individu, maka semakin besar kecenderungan mereka untuk melakukan pembelian impulsif. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada generasi muda Muslim agar lebih bijak dalam menggunakan layanan keuangan digital serta mampu mengendalikan perilaku konsumtif sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Kata kunci: *PayLater*, *E-wallet*, Konformitas, Perilaku *Impulsive Buying*, Generasi Muslim Z.

