

## PENGARUH PENGGUNAAN SHOPEE PAYLATER TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF (STUDI MAHASISWA JAKARTA)

Dina Maryani <sup>1)</sup>; Siska Maya <sup>2)</sup>

1)dinamaryani796@gmail.com, (Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Pendidikan dan Pengetahuan Sosial Universitas Indraprasta PGRI)

2)may3110@yahoo.com, (Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Pendidikan dan Pengetahuan Sosial Universitas Indraprasta PGRI)

### Article Info:

#### Keywords:

Keyword 1; *Consumptive Behavior*

Keyword 2; *Shopee Paylater*

Keyword 3; *Students*

#### Article History:

Received : January 28, 2024

Revised : March 15, 2024

Accepted : November 25, 2024

#### Article Doi:

<http://dx.doi.org/10.22441/jfm.v4i3.31270>

### Abstract

*This research aims to determine the effect of using Shopee PayLater on consumer behavior (Jakarta student study). The data collection methods used are primary and secondary data sources. The sampling technique was carried out using a non-probability sampling technique with purposive sampling from a population of 5,104 and a sample of 100 respondents. This research uses 2 (two) variables, namely: Use of Shopee Paylater and Consumptive Behavior. The research design or method used is a quantitative method with a Likert scale measuring instrument. The data analysis technique uses a simple linear regression test and correlation coefficient with Microsoft Excel. Test the hypothesis using the t test. the shopee paylater variable has a significant effect on the consumer behavior variable in the Jakarta student study. The magnitude of this influence was 42%, while 58% of the influence was caused by other factors not examined in this study. This means that the accepted hypothesis is H1, namely that the use of shopee paylater influences the consumptive behavior of the Jakarta student study*

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan shopee paylater terhadap perilaku konsumtif (studi mahasiswa Jakarta). Metode pengumpulan data yang digunakan adalah sumber data primer dan skunder. Sampel sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan 2 (dua) variabel yaitu: Penggunaan Shopee paylater (X) dan Perilaku Konsumtif (Y). Desain atau metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan alat ukur skala likert. Variabel shopee paylater (X) berpengaruh signifikansi terhadap variabel perilaku konsumtif (Y) studi mahasiswa Jakarta. Besar pengaruh tersebut sebesar 42% sedangkan 58% pengaruhnya diakibatkan oleh faktor-faktor yang lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Artinya hipotesis yang diterima adalah H1 yaitu penggunaan shopee paylater (X) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y) studi mahasiswa Jakarta.

**Kata Kunci:** Mahasiswa, Perilaku Konsumtif, *Shopee paylater*.

## PENDAHULUAN

Zaman yang semakin maju menyebabkan teknologi di era masa kini berkembang sangat pesat perkembangannya mulai dari yang sangat sederhana untuk memenuhi kehidupan sehari-

Maryani, D., & Maya, S., (2024). Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Mahasiswa Jakarta) . JFM : Journal of Fundamental Management 4 (3), 344-355. DOI: <http://dx.doi.org/10.22441/jfm.v4i3.31270>

hari hingga dapat memenuhi kepuasan individu secara khusus bagi makhluk sosial. Teknologi komunikasi, media dan informatika berkembang secara pesat yang berakibat membawa pengaruh cara dan pola kegiatan bisnis di industri perdagangan, sosial, politik dan pemerintahan. Masalah-masalah ekonomi dan sosial banyak terbantu oleh teknologi informasi dan komunikasi. Dengan adanya teknologi masalah kita terhadap sesuatu akan mudah diatasi dengan kata lain teknologi sangat membantu dalam kehidupan untuk mengurangi masalah-masalah yang ada. (Danuri, 2019)

Internet di era informasi telah memosisikan dirinya sebagai tempat dimana informasi dapat diakses dari berbagai tempat tanpa batas ruang dan waktu. Internet disebut sebagai tempat informasi tanpa batasan karena dapat menghubungkan satu situs informasi dengan situs informasi lainnya dalam waktu singkat. Salah satu manfaat dari penggunaan internet melakukan kegiatan transaksi untuk berbelanja online dalam hal ini transaksi digital diperlukan. Belanja online dapat dilakukan melalui banyak aplikasi seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, Bukalapak, Tiktok Shop, dll. Hal ini dapat memudahkan masyarakat seperti konsumen dalam mencari produk yang diinginkannya. Pelanggan dapat melihat hal-hal seperti foto atau bahkan video (Rahmawati, 2023). Berkembangnya e-commerce yang cepat dapat memberikan dampak terhadap metode dan sistem pembayaran yang biasanya hanya mengenal pembayaran langsung/tunai dan menggunakan kartu, namun saat ini sistem pembayaran muncul dengan berbasis elektronik yang disebut paylater (Supriyatna, 2023).

Paylater adalah sistem pembayaran yang memungkinkan konsumen membeli/berbelanja sekarang dan membayar nanti. Saat ini layanan pembayaran tepat waktu semakin meningkat di Indonesia dan menjadi produk keuangan yang digemari terutama di kalangan anak muda. Metode pembayaran paylater atau beli sekarang bayar nanti mulai menjadi pilihan generasi milenial atau gen Z. Berbagai produk yang dibeli yakni busana, pulsa, dan gadget, berdasarkan survei kata data insight center dan zigi. Platform paylater yang sampai saat ini masih digemari pelanggan ialah shopee paylater.

ShopeePay menjadi e-wallet paling digemari konsumen di Indonesia untuk mencari berbagai promosi, berdasarkan survei Jakpat tercatat persentasinya hingga 75%. Di posisi kedua GoPay menyusul dengan persentase mencapai 66%. Selanjutnya OVO berada di posisi ketiga dengan persentase 56%, dan LinkAja serta DANA di posisi kelima bersaing ketat dengan masing-masing persentase 49% dan 42%. Grafik tersebut juga menunjukkan bahwa E-wallet cukup banyak peminatnya terutama di Indonesia sendiri, tentunya karena adanya sejumlah keuntungan mulai dari kemudahan penggunaannya, cashback, diskon hingga promosi pada aplikasi tersebut. Hal itu pula yang menjadi kegemaran konsumen mencoba menggunakan shopee paylater (Annur, 2021). Shopee paylater merupakan metode pembayaran yang ada di aplikasi shopee yang digunakan bagi pengguna shopee agar memungkinkan pengguna membeli barang atau produk sekarang dan membayar nanti. Jadi jika pengguna mempunyai kebutuhan mendesak, bisa memenuhinya terlebih dahulu dan membayarnya pada saat jatuh tempo. Di Indonesia tersedia beberapa aplikasi bayar nanti. Salah satu pembayar yang terdaftar dan dipantau oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) adalah SPAYLater atau dikenal juga dengan Shopee paylater.

Menurut Suheriadi, (2023) persentase pengguna layanan paylater dalam e-commerce meningkat signifikan dari 28,2 persen pada 2022 menjadi 45,9 persen pada tahun 2023. Bahkan, dari segi pilihan pembayaran, paylater berhasil mengungguli metode transfer bank. Seiring dengan edukasi penggunaan paylater kepada masyarakat, penggunaan Paylater mulai digunakan sebagai alat pembayaran kebutuhan sehari-hari, antara lain pembelian barang sebesar 87,1%, tagihan bulanan sebesar 51,8%, serta pulsa dan paket internet sebesar 48,9%. Pengguna shopee paylater sudah sangat digemari dikalangan masyarakat luas, bukan hanya masyarakat saja tetapi juga pada kalangan mahasiswa hal tersebut disebabkan karena kemudahan dan efisiensi yang ditawarkan belum lagi banyaknya promo dan diskon yang menggiurkan dikalangan mahasiswa. Akan tetapi, di sisi lain hal ini dapat menjadi penyebab dari perilaku mahasiswa yang seringkali tidak bisa mengabaikan keinginan untuk membeli produk yang menurutnya menarik dan pada akhirnya berujung pada mahasiswa yang berperilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif menurut Elpa Julita, (2022:2.579) merupakan perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan rasional melainkan pada keinginan-keinginan yang telah mencapai tingkat yang tidak rasional atau kurangnya pertimbangan dalam mengambil keputusan untuk memberi suatu produk, terkadang konsumen sendiri hanya memikirkan keinginan saja bukan karena memenuhi kebutuhannya. Biasanya perilaku konsumtif muncul akibat dari iming-iming hadiah, diskon, cashback, dan lain-lain yang ditawarkan e-commerce atau membeli produk karena kemasannya menarik, membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya), membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status, memakai produk karena konformitas terhadap model yang mengiklankan, banyak hal yang menjadi indikator dari perilaku konsumtif tersebut.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Sonia Aftika, Hanif Hanif, Yulistia Devi pada tahun 2022 dengan judul pengaruh penggunaan sistem pembayaran shopeepaylater “bayar nanti” terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Raden Intan Lampung dalam perspektif bisnis syariah menyebutkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan Shopee paylater “bayar nanti” terhadap perilaku konsumtif,

Meskipun sudah ada peneliti terdahulu yang menguji pengaruh penggunaan shopee paylater terhadap perilaku konsumtif dan menadapat hasil yang positif dan signifikan, namun berdasarkan Phyta Rahima, Irwan Cahyadi tahun 2022 dengan judul yang sama namun tempat penelitian berbeda dan hasil penelitian menyebutkan bahwa tidak terdapat hubungan antara pengaruh penggunaan fitur shopeepaylater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa universitas Mataram, karena shopee paylater masih terbilang baru.

Judul ini penting dibahas untuk mengukur variabel shopee paylater terhadap perilaku konsumtif bagi mahasiswa karena dinilai sebagai penelitian yang relevan dengan apa yang terjadi pada masa kini. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh penggunaan shopee paylater terhadap perilaku konsumtif (studi mahasiswa Jakarta). Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh Penggunaan Shopee paylater Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Mahasiswa Jakarta). Diharapkan penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu dan teknologi, sebagai referensi bagi para pembaca dan peneliti lain yang berminat dalam masalah yang serupa, serta memberikan

inspirasi sehubungan pemikiran dan informasi bagi mahasiswa, dan Penelitian ini diharapkan menjadi evaluasi dan perbaikan dari perilaku konsumtif masyarakat khususnya mahasiswa di Jakarta yang menggunakan fitur Shopee paylater yang ada pada aplikasi belanja online.

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang di atas, maka penelitian ini akan membahas tentang “Pengaruh Penggunaan Shopee paylater Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Mahasiswa Jakarta)”

### **KAJIAN PUSTAKA (Times New Roman 12, Bold, spasi 1)**

#### **A. Definisi Perilaku Konsumtif**

Definisi perilaku konsumtif menurut Elpa Julita, et al (2022:2.579) adalah ketika seseorang membeli sesuatu di luar kebutuhan yang rasional, perilaku konsumtif itu muncul. Pengertian ini sejalan dengan pendapat Lina dan Rosyid, yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif muncul ketika pembelian didasarkan pada keinginan daripada kebutuhan. Konsumtif merupakan perilaku manusia yang cukup membahayakan, dikatakan dapat berbahaya karena hal tersebut dapat membuat seseorang melakukan berbagai cara untuk memenuhi keinginannya, bukan lagi kebutuhannya. Terlebih lagi di era yang serba canggih dan praktis ini dimana hampir semua orang dapat dengan mudah memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Setiap makhluk hidup pasti memiliki kebutuhan, dan itu sebabnya manusia memiliki kebutuhan untuk menunjang kehidupannya, akan tetapi bisa saja seseorang terjebak dalam perilaku konsumtif apabila seseorang tersebut tidak membatasi kegiatan berbelanja untuk memenuhi keinginannya, hal tersebutlah yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif.

Ada beberapa hal yang menyebabkan seseorang berperilaku konsumtif. Indikator perilaku konsumtif termasuk pembelian produk karena alasan seperti hadiah, kemasannya yang menarik, penampilan dan gengsi, harga, dan konformitas dengan model yang diiklankan.

Selain itu, muncul keyakinan bahwa membeli produk dengan harga mahal akan mengakibatkan efek negatif, serta pembelian produk hanya karena simbol status (Elpa Julita, et al., 2022:2.579). Sedangkan Phyta Rahima mendefinisikan konsumtif sebagai keinginan untuk mengonsumsi barang dan jasa yang sebenarnya tidak diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan. Istilah "konsumtif" berasal dari kata "konsumtif", yang berarti sifat mengonsumsi, memakai, menggunakan, menghabiskan, atau berperilaku boros untuk mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan (Phyta Rahima, et al, 2022:42). Tiga jenis perilaku pembelian terdiri dari pembelian impulsif:

1. Pembelian yang berlebihan, yang menunjukkan pembelian yang berlebihan dan membeli barang yang mahal;
2. Pembelian yang tidak rasional, yang menunjukkan pembelian yang tidak rasional; dan
3. Pembelian boros, yang menunjukkan pembelian yang boros. memiliki kecenderungan untuk membeli barang yang tidak menguntungkan dan hanya karena gengsi.

Jika seseorang senang membelanjakan uang mereka tanpa mempertimbangkan, itu disebut perilaku konsumtif. Dalam istilah "konsumerisme", perilaku konsumtif didefinisikan sebagai pembelian barang secara tidak sadar dan berlebihan. Gaya hidup adalah salah satu faktor yang dapat menyebabkan perilaku konsumtif, jadi fenomena ini pasti akan terus berkembang (Euis Audria, S. et al, 2023:). Individu yang secara langsung terlibat dalam

pembelian dan penggunaan barang dan jasa ekonomis, seperti proses, dianggap berperilaku konsumtif. Pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan apa yang harus dilakukan. Dalam kehidupan kontemporer, kebutuhan masyarakat untuk konsumsi makanan tampaknya telah hilang dari hubungannya dengan kebutuhan yang sebenarnya. Untuk mendapatkan kesenangan atau kebahagiaan, perilaku konsumtif seringkali dilakukan secara berlebihan. Namun, kebahagiaan yang diperoleh hanyalah semu.

Berdasarkan beberapa definisi terkait perilaku konsumtif di atas maka dapat disimpulkan bahwa, perilaku konsumtif merupakan bentuk secara sadar namun tidak rasional yang dilakukan seseorang dalam kegiatan memenuhi kebutuhannya secara berlebihan. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan untuk memberikan kepuasan terhadap diri sendiri, dan beberapa indikator lainnya yang bisa saja konsumtif terjadi karena sikap gengsi, impulsif buying, dan lain-lain yang sebenarnya hal tersebut hanya memberikan kepuasan dan kesenangan sesaat. Indikator dari perilaku konsumtif terdiri dari:

- 1) Membeli produk karena iming-iming hadiah, seseorang biasanya akan tertarik untuk membeli suatu barang ketika pembeli tersebut diberi hadiah atau bonus.
- 2) Membeli produk karena penawaran khusus. Pelanggan membeli barang karena adanya penawaran khusus jika barang tersebut tersedia.
- 3) Membeli produk karena penampilannya yang menarik. Pelanggan sangat mudah membeli barang karena penampilannya yang menarik. Artinya, alasan untuk membeli produk tersebut hanyalah karena tampak menarik.
- 4) Membeli barang untuk mempertahankan penampilan dan gengsi Karena kebanyakan perempuan dewasa muda memiliki ciri khas dalam hal berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan lainnya, konsumen sangat tertarik untuk membeli.
- 5) Jika orang membeli barang hanya karena harganya, bukan karena manfaat atau kegunaannya, mereka cenderung berperilaku dengan cara yang ditunjukkan oleh kehidupan mewah mereka, yang berarti mereka akan menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.
- 6) Membeli barang hanya untuk mempertahankan simbol status. Konsumen memiliki kemampuan yang luar biasa untuk membeli berbagai barang, termasuk pakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya. Akibatnya, barang-barang mahal dapat memberi kesan eksklusif dan memberi kesan berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi.
- 7) Memakai produk karena memiliki unsur yang sesuai dengan model yang diiklankan. Konsumen cenderung meniru perilaku karakter yang diidolakannya dengan menggunakan apa pun yang dapat digunakan karakter idolanya.
- 8) Membeli barang mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri. Konsumen sangat terdorong untuk mencoba produk tertentu karena mereka percaya bahwa iklan dapat menumbuhkan rasa percaya diri. Mereka akan merasa lebih percaya diri setelah membeli barang yang mereka anggap dapat mempercantik penampilan mereka.
- 9) Mencoba lebih dari satu produk dari jenis yang sama. Meskipun produk tersebut belum habis digunakan, konsumen cenderung menggunakan produk yang sama dengan merek yang berbeda.

## B. Definisi Penggunaan Shopee Paylater

Penggunaan dapat diartikan sebagai cara, pemakaian, proses atau perbuatan menggunakan sesuatu (KBBI, 2023). Natalia et, al., (2022:197) mengatakan bahwa Shopee menawarkan fitur "Spaylater", yang dapat digunakan sebagai metode atau alat pembayaran. Produk yang ditawarkan oleh fitur ini berupa pinjaman dana khusus yang dapat digunakan oleh pengguna Shopee untuk melakukan transaksi melalui aplikasi Shopee. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk menunda pembayaran atau memilih untuk membayar kemudian dengan metode cicilan yang didasarkan pada jumlah yang tersedia.

Menurut Putri, D.E. et al. (2023:387) Shopee paylater merupakan pembayaran kredit online, yang memberikan sistem pembayaran tanpa kartu kredit, dengan tagline "beli sekarang, bayar nanti". Bisnis berbasis internet telah mempengaruhi perilaku belanja pelanggan karena kemudahannya pelanggan mendapatkan apa yang mereka butuhkan. Selain itu, paylater ditawarkan sebagai salah satu metode pembayaran dalam belanja online, termasuk Shopee. Shoppe juga meluncurkan iklan Harbolnas dan National Online Shopping Day sebagai cara untuk menarik lebih banyak pelanggan untuk membeli barang tambahan. Promosi tanggal kembar, seperti 10.10 dan 11.11, menawarkan potongan harga, kupon, pengiriman gratis, dan manfaat lainnya. Banyak e-commerce di Indonesia mendukung Harbolnas, program tahunan yang didukung oleh mitra seperti media, bank, logistik, dan telekomunikasi. Dengan tujuh peserta awal seperti LAZADA, ZALORA, BerryBenka, PinkEmma, Bilna, Traveloka, dan Luxola, kampanye penjualan cyber terbesar di Indonesia diadakan pada tahun 2012. Sejak saat itu, Harbolnas telah diikuti oleh lebih dari dua puluh dua toko online.

Fitur Paylater, SPayLater, telah ditambahkan ke aplikasi Shopee pada awal Januari 2019. Shopee bekerja sama dengan berbagai PT untuk menyediakan credit highlight ini. Untuk memberikan uang muka kepada klien, PT Lentera Dana Nusantara bekerja sama dengan PT Trade Finance (sebagai organisasi keuangan), PT Lentera Dana Nusantara (sebagai pengelola kredit/pinjaman P2P berbasis inovasi tahap administrasi) dan orang lain. Mendaftar SPayLater sama dengan menggunakan kartu kredit. Pengguna akan menerima batas kredit setelah rekaman, yang dapat digunakan untuk membeli barang tanpa menggunakan uang tunai sebelumnya. Namun, karena jatuh tempo mengurus bagian tersebut belum ditetapkan, batas kredit tersebut belum dilunasi sepenuhnya. Selain itu, SPayLter menawarkan beberapa keuntungan kepada pelanggannya. Salah satunya adalah biaya pembiayaan yang sangat rendah sebesar 2,95 persen dalam program beli sekarang bayar nanti, yang dibayarkan dalam batas waktu 3,6,12 per bulan. Selain itu, sebagai keuntungan tambahan, SpayLater membebaskan biaya pemeliharaan sebesar 1% per pertukaran dan penalti 5% jika bagian tersebut tidak diperbaiki sampai tanggal jatuh tempo (Salamah, U. 2022:22).

Berdasarkan beberapa pengertian di atas terkait shopee paylater dapat diambil kesimpulan bahwa, shopee paylater merupakan fitur shopee yang dapat digunakan sebagai alat pembayaran untuk berbelanja di aplikasi tersebut. Produk yang ditawarkan berupa pinjaman dana seperti kartu kredit. Penggunaanya akan memiliki batas kredit yang dapat digunakan untuk berbelanja tanpa menggunakan kartu atau uang tunai (kredit online). Shopee paylater merupakan bentuk kerja sama antara PT Trade Finance sebagai organisasi keuangan dengan PT Lentera Dana Nusantara sebagai pengelola kredit/pinjaman P2P berbasis inovasi tahap administrasi. Adapun indikator dari Shopee paylater ialah:

1. Lama penggunaan, yang menunjukkan seberapa lama responden menggunakan Fitur Shopee paylater,
2. Durasi, seperti penggunaan sehari-hari fitur Shopee paylater setiap transaksi.
3. Kepuasan dengan produk, atau tingkat kepuasan responden dengan fitur Shopee paylater karena memenuhi kebutuhan mereka untuk melakukan transaksi.
4. Desain adalah representasi atau tampilan dari fitur Shopee paylater. Seperti menampilkan informasi transaksi sesuai dengan yang pengguna perlukan secara cepat dan tepat.
5. Kemudahan penggunaan, seperti SPayLater dapat dengan mudah digunakan untuk bertransaksi pada layanan aplikasi Shopee. langkah pengajuan kredit dan penggunaannya pun mudah untuk dimengerti dan dilakukan.
6. Jaminan keamanan, pengguna merasa aman saat menggunakan shopee paylater dalam bertransaksi.
7. Kepuasan layanan, seperti responden merasa puas terhadap SpayLater karena Komponen dan isi sistem secara menyeluruh. Rasa puas terhadap Shopee paylater karena dapat memenuhi kebutuhannya.

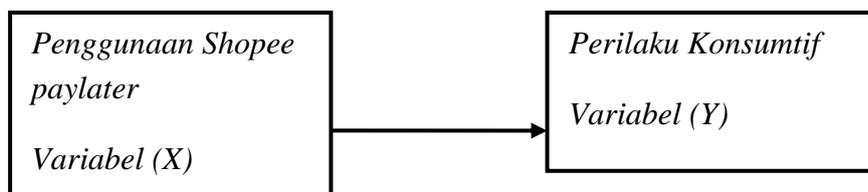
### C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap pertanyaan-pertanyaan penelitian. Berdasarkan landasan teori dan kerangka berpikir di atas, dapat diajukan hipotesis penelitian ini yaitu diduga terdapat pengaruh penggunaan shopee paylater terhadap perilaku konsumtif (studi mahasiswa di Jakarta).

Ho: Tidak terdapat pengaruh penggunaan shopee paylater terhadap perilaku konsumtif (studi mahasiswa di Jakarta).

H1: Terdapat pengaruh penggunaan shopee paylater terhadap perilaku konsumtif (studi mahasiswa di Jakarta).

Gambar 1. Kerangka Berpikir



## METODE

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif digunakan dalam penelitian ini untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan alat ukur (instrumen) penelitian dan analisis data yang dilakukan secara kuantitatif atau statistik. Tujuan dari metode ini adalah untuk menguji dan membuktikan hipotesis yang telah dibuat atau ditetapkan. Populasi dalam penelitian ini adalah

mahasiswa aktif yang sedang menjalankan kuliah di Universitas Jakarta. Keseluruhan sampel pada penelitian ini sebanyak 100 sampel.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ialah kuesioner (angket) dan studi kepustakaan. Penggunaan angket diharapkan dapat mempermudah responden dalam memberikan tanggapan, karena opsi jawaban sudah tersedia sehingga mengisi angket hanya memerlukan waktu yang singkat. Skala yang akan peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Adapun opsi jawaban yang digunakan adalah sangat setuju (SS), setuju (S), netral (N), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS). Sebelum melakukan penelitian, peneliti lebih dulu melakukan percobaan uji validitas kuesioner untuk 30 responden mahasiswa Universitas Jakarta. Uji validitas merupakan cara yang digunakan untuk menentukan sejauh mana kesesuaian antara apa yang diukur dan yang ingin diukur.

Berdasarkan hasil sebaran kuesioner yang telah dilakukan pada 100 jumlah sampel, terdapat responden yang berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 63 responden (63%). Sedangkan responden laki-laki berjumlah 37 (37%). Karakteristik responden berdasarkan usia yaitu sebanyak 99 responden (99%). Kemudian kelompok usia >30 tahun adalah 1 responden (1%). Serta kriteria jurusan atau program studi sebanyak 64 responden (64%), dan sisanya adalah program studi pendidikan sejarah sebanyak 36 responden (36%). Berdasarkan uji reliabilitas pada variabel (X) adalah 0,7862. Untuk uji reliabilitas variabel perilaku konsumtif (Y) adalah 0,8526. Karena nilai reliabilitasnya mendekati 1,00, kedua skala tersebut dianggap memiliki konsistensi hasil ukur yang baik. Metode analisis data yang menggunakan analisis regresi untuk menentukan hubungan antar variabel. Tujuan analisis regresi adalah untuk memperkirakan (mengantisipasi) suatu. Nilai variabel bebas mempengaruhi nilai variabel terikat. Berikut ini hasil perhitungan skor rata-rata serta modus pada variabel penggunaan shopee paylater (X):

Tabel 1. Indikator variabel penggunaan shopee paylater (X)

INDIKATOR	N	MIN	MAX	MEAN	STD. DEVIASI
Lama penggunaan fitur Shopee paylater.	100	1	5	3,32	1,100
Durasi Pengoperasian.	100	1	5	3,78	1,050
Tingkat kepuasan terhadap produk	100	1	5	4,22	1,050
Desain atau tampilan dari fitur Shopee paylater.	100	2	5	<b>4,48</b>	0,731
Kemudahan Penggunaan	100	1	5	4,34	0,901
Jaminan Keamanan	100	1	5	3,88	1,113
Kepuasan layanan	100	2	5	4,04	0,764
Jangka waktu pelunasan	100	1	5	3,83	0,965
Menabung sebelum membelanjakan uang	100	2	5	4,14	0,841
Semua jenis investasi menguntungkan dan berisiko rendah	100	2	5	3,94	0,851

Diketahui rata-rata (mean) dari variabel (X) penggunaan Shopee paylater dapat diketahui skor tertinggi terdapat pada indikator desain atau tampilan dari fitur shopee paylater dengan skor rata-rata sebesar 4,48. Sedangkan modus atau tanggapan responden pada variabel (X) yang lebih banyak muncul yaitu skala empat atau setuju, karena lebih banyak muncul pada item pernyataan 2,6,7,8,10. Artinya responden setuju dengan indikator pernyataan pada durasi pengoperasian, jaminan keamanan, kepuasan layanan, jangka waktu pelunasan, dan semua jenis investasi menguntungkan dan berisiko rendah. Hasil perhitungan skor rata-rata (mean) serta modus pada variabel (Y) yaitu perilaku konsumtif:

**Tabel 2. Indikator variabel perilaku konsumtif (Y)**

INDIKATOR	N	MIN	MAX	MEAN	STD. DEVIASI
Membeli produk karena iming-iming hadiah.	100	1	5	<b>4,24</b>	0,842
Membeli produk karena penawaran khusus (promo gratis ongkir atau cashback).	100	1	5	4,03	0,979
Membeli produk karena penampilannya yang menarik.	100	1	5	4,1	1,068
Membeli barang untuk mempertahankan penampilan dan gengsi	100	2	5	3,87	1,152
Membeli barang hanya karena harganya, bukan karena manfaat atau kegunaannya	100	1	5	4,26	0,774

INDIKATOR	N	MIN	MAX	MEAN	STD. DEVIASI
Memakai produk karena memiliki unsur yang sesuai dengan model yang diiklankan	100	1	5	3,7	1,096
Membeli barang mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri	100	1	5	3,67	0,943
Mencoba lebih dari satu produk dari jenis yang sama	100	1	5	3,8	0,921

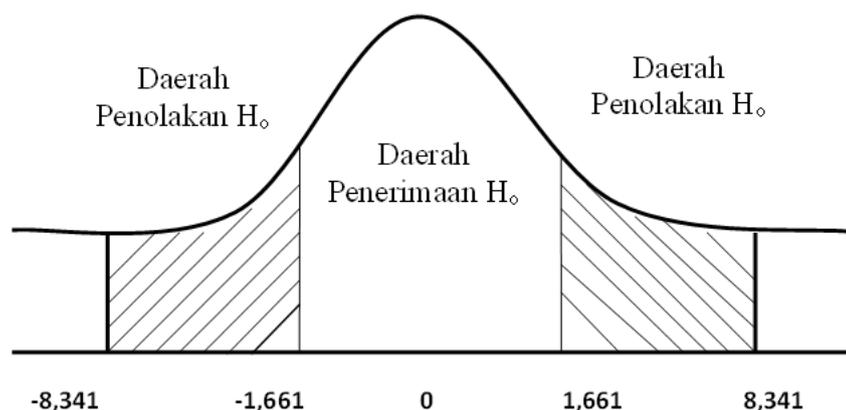
## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian hipotesis uji T dilakukan dalam penelitian ini. Uji T adalah teknik statistik yang digunakan untuk menentukan apakah ada perbedaan signifikan antara dua kelompok atau populasi. Uji T-test mengasumsikan bahwa data yang diuji memiliki varian yang sama dan distribusi normal atau hampir normal. Pengujian Hipotesis dilakukan untuk membuktikan (Ho) atau Hipotesis alternatif (H1) yang diterima.

Dari hasil analisis diperoleh persamaan regresi  $Y=6,786+0,714 X$  sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai konstanta (a) atau tetap 6,786. Artinya saat penggunaan shopee paylater sama dengan nol atau tetap maka akan meningkatkan perilaku konsumtif sebesar

6,786 dan bila  $b = 0,714$ , artinya jika ada kenaikan satuan dari penggunaan shopee paylater maka akan naik pula perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 0,714. Hal tersebut diketahui bahwa penggunaan shopee paylater ini berpengaruh perilaku konsumtif bagi penggunanya. Sedangkan koefisien determinasi menjelaskan seberapa besar kontribusi variabel (X) penggunaan shopee paylater terhadap variabel (Y) Perilaku konsumtif. Kriteria pengujian dalam penelitian ini adalah:

Gambar 2. Kurva Pengujian Hipotesis



Sumber: Data Penelitian, diolah 2024

Hasil  $KD = 42\%$ , hal ini dapat disimpulkan bahwa penggunaan shopee paylater memberikan kontribusi terhadap perilaku konsumtif sebesar 42%, sedangkan sisanya 58% adalah kontribusi faktor lain yang tidak diikutsertakan dalam penelitian ini.  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $8,341 > 1,661$ .  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $8,341 < 1,661$ . Dari pengujian di atas menunjukkan bahwa  $t_{tabel}$  dengan  $\alpha = 10\%$  untuk uji dua pihak  $dk = n - 2$  adalah 1,661 dari hasil perhitungan diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $8,341 > 1,661$ ) maka  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel X (Penggunaan Shopee paylater) terhadap variabel Y (Perilaku Konsumtif) Mahasiswa Jakarta.

## PENUTUP

### Simpulan

Setelah melakukan penelitian, mengolah, dan menganalisis data yang diperoleh tentang seberapa besar Pengaruh Penggunaan Shopee paylater Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Mahasiswa Jakarta). Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa data yang diperoleh memiliki hasil terdapat pengaruh penggunaan shopee paylater terhadap perilaku konsumtif (studi mahasiswa jakarta).

Temuan ini memberikan keyakinan bahwa penggunaan shopee paylater dapat mempengaruhi perilaku konsumtif para mahasiswa, hal tersebut dapat terjadi karena faktor desain atau tampilan dari fitur shopee paylater sangat menarik dan mudah dimengerti serta tertarik menggunakan shopee paylater karena iming-iming hadiah dan banyak diskonyang ditawarkan. Tentunya dari perhitungan koefisien korelasi product moment diperoleh hasil 0,644 dari jumlah 100 responden yang berarti menunjukkan adanya pengaruh yang kuat antara Penggunaan Shopee paylater (X) Terhadap Perilaku Usaha (Y). Serta hasil koefisien determinasi menunjukkan nilai sebesar 42% yang artinya penggunaan shopee paylater memberikan kontribusi terhadap perilaku konsumtif. Kemudian hal tersebut diperkuat oleh uji hipotesis bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $8,341 > 1,661$  yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel X (Penggunaan Shopee paylater) terhadap variabel Y (Perilaku Konsumtif) Mahasiswa Jakarta.

### Saran

1. Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi, informasi, dan inspirasi ilmiah untuk Mahasiswa Pendidikan Ekonomi dan juga dapat digunakan untuk siapa pun yang sedang mencari informasi tentang pengaruh penggunaan shopee paylater terhadap perilaku konsumtif (studi mahasiswa di jakarta). Penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan informasi kepada pemilik dan pengguna paylater untuk berhati-hati berbelanja online di aplikasi seperti Shopee dan aplikasi lainnya. Bagi Pengguna Shopee paylater terutama mahasiswa pendidikan ekonomi yang menjadi sampel dalam penelitian ini, disarankan untuk berhati-hati saat menggunakan fitur pembayaran PayLater.
2. Karena hasil penelitian ini jauh dari kata sempurna, diharapkan kepada peneliti selanjutnya agar peneliti melakukan penelitian lebih lanjut atau menambahkan variabel judul tambahan yang mungkin berkaitan dengan object paylater. Serta peneliti berikutnya untuk memasukkan lebih banyak responden dan mengeksplorasi lebih banyak variabel yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Selain itu, peneliti berikutnya juga perlu memperhatikan frekuensi indikator yang nilainya paling sedikit muncul dalam penelitian ini seperti lama penggunaan, tingkat kepuasan produk, desain, kemudahan penggunaan, dan menabung sebelum membelanjakan uang pada variabel X. Juga pada variabel Y, seperti membeli produk karena iming-iming hadiah, membeli produk karena penampilannya yang menarik, dan membeli barang hanya karena harganya bukan karena manfaat atau kegunaannya.

### DAFTAR PUSTAKA

- Annur, C. M. (2021, 09 06). *ShopeePay Jadi E-Wallet Paling Favorit Konsumen untuk Kejar Promo*. Dipetik 10 20, 2023, dari databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/12/shopee-paylater-layanan-paylater-paling-banyak-digunakan-pada-2021>
- Danuri, M. (2019). Perkembangan dan Transformasi Teknologi Digital. *Jurnal Ilmiah Infokam*, 2, 15.

- KBBI. (2023). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. Retrieved 11 01, 2023, from <https://kbbi.web.id/>: <https://kbbi.web.id/guna>
- Phyta Rahima, i. c. (2022). Pengaruh Fitur ShopeePaylaterterhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram. *Target: Jurnal Manajemen Bisnis* , 4 (1), 2715-9361.
- Putri, D. E. (2023). The Influence of *Shopee paylater* and Harbolnas Ads on Online Customer's Impulse Buying in Dharmasraya. *Greenation International Journal of Economics and Accounting (GIJEA)* , 1 (3), 386-393.
- Rahmawati, d. (2023, 01 06). *Fenomena Belanja Online Sebagai Budaya Populer di Kalangan Masyarakat*. Retrieved 10 17, 2023, from kumparan: <https://kumparan.com/deva-rahmawati-1665647501655203969/fenomena-belanja-online-sebagai-budaya-populer-di-kalangan-masyarakat-1zZcXQocvQT>
- Salamah, U. (2022). The Effect Of *Shopee paylater* On student. *Review Of Multidisciplinary Education, And Culture* , 1 (3), 21-24.
- Supriyatna, I. (2023, 05 30). *Fenomena Social Commerce: Penjual Masih Pilih Jualan Lewat E-Commerce*. Retrieved 10 17, 2023, from suara.com: <https://www.suara.com/bisnis/2023/05/30/125800/fenomena-social-commerce-penjual-masih-pilih-jualan-lewat-e-commerce>