

PENGARUH FITUR SHOPEE PAYLATER, LITERASI KEUANGAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BERBELANJA ONLINE DI SHOPEE (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS PELITA BANGSA PROGAM STUDI MANAJEMEN ANGKATAN 2020)

Diva Leonita¹⁾, Siska Wulandari²⁾

^{1,2)}Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Bangsa, Cikarang
e-mail: divaleonita.112011218@mhs.pelitabangsa.ac.id¹⁾, siska_tita@pelitabangsa.ac.id²⁾

Abstrak

Berbelanja secara online tidak hanya mempengaruhi cara berbelanja, tetapi juga mengakibatkan perubahan pola konsumsi dalam aspek sosial dan budaya. Perubahan sosial budaya yang ditemui di lingkungan kampus dapat mempengaruhi mahasiswa untuk berperilaku konsumtif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh fitur shopee paylater, literasi keuangan, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif berbelanja online di shopee. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa manajemen universitas pelita bangsa program studi manajemen angkatan 2020 yang berjumlah 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan simple random sampling. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari kuesioner online dengan skala likert. Pengolahan dan analisis data dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS versi 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur shopee paylater, literasi keuangan, dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif berbelanja online di shopee.

Kata kunci : fitur shopee paylater, literasi keuangan, gaya hidup, perilaku konsumtif berbelanja online.

Abstract

Online shopping not only affects the way of shopping, but also results in changes in consumption patterns in social and cultural aspects. Socio-cultural changes found in the campus environment can influence students to behave consumptively. This study aims to determine and analyze the effect of shopee paylater features, financial literacy, and lifestyle on the consumptive behavior of shopping online at shopee. The population in this study were Pelita bangsa university management students in the 2020 management study program, totaling 100 respondents. The sampling technique used simple random sampling. The data used is primary data obtained from an online questionnaire with a Likert scale. Data processing and analysis in this study using the SPSS version 23 application. The results showed that the shopee paylater feature, financial literacy, and lifestyle had a positive and significant effect on the consumptive behavior of shopping online at shopee.

Keywords : Shopee Paylater Feature, Financial Literacy, Lifestyle, online shopping consumptive behavior

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah banyak aspek dalam kehidupan sehari-hari. Teknologi ini memungkinkan pengguna untuk mengambil akses terhadap informasi digital dengan mudah dan memanfaatkannya untuk berbagai tujuan seperti berkomunikasi, berbagi informasi, meningkatkan efisiensi pekerjaan, dan melakukan

kegiatan berbelanja dalam bentuk perdagangan elektronik atau *e-commerce*. Konsep baru yang disebut sebagai *Electronic commerce* (EC) dapat didefinisikan sebagai kegiatan jual beli barang atau jasa melalui *World Wide Web Internet* atau sebagai proses pertukaran barang, jasa, dan informasi melalui jaringan informasi, yang mencakup internet, yang lebih dikenal dengan istilah belanja online (*online shopping*) (Rahima and Cahyadi 2022).

Di Indonesia kegiatan berbelanja online mencapai puncaknya saat terjadi pandemi Covid-19. Selama pandemi, transaksi belanja melalui platform digital seperti *e-commerce* telah menjadi pilihan utama di berbagai kalangan masyarakat. Kini, tiga tahun telah berlalu sejak virus Covid-19 menyebar di Indonesia, *e-commerce* masih tetap menjadi pilihan utama bagi banyak masyarakat dalam bertransaksi. Pada tahun 2022, terdapat 178,94 juta pengguna *e-commerce* di Indonesia. Angka ini menunjukkan kenaikan sekitar 12,79% dari tahun sebelumnya yang mencapai 158,65 juta pengguna. Seiring dengan tren ini, diperkirakan bahwa pengguna *e-commerce* di Indonesia akan terus mengalami pertumbuhan, dengan proyeksi jumlah pengguna mencapai 196,47 juta pengguna hingga akhir tahun 2023 (Mustajab 2023). Hal ini menunjukkan bahwa *e-commerce* akan terus berkembang dan menjadi platform belanja online yang semakin diminati.

Beberapa platform *e-commerce* yang populer di Indonesia antara lain Tokopedia, Shopee, dan Lazada. Shopee menjadi salah satu yang paling diminati. Shopee pertama kali diluncurkan di Singapura sebagai platform belanja online yang banyak digemari di Indonesia. Selama kuartal ketiga tahun 2023, shopee memperoleh rata-rata 216 juta kunjungan di setiap bulannya. Peningkatan ini mengalami kenaikan sekitar 30% jika dibandingkan dengan kuartal kedua (*quarter-on-quarter/qoq*) (Ahdiat 2023). Hal ini menggambarkan bahwa, shopee telah menjadi pilihan utama pengguna *e-commerce* di Indonesia dan menunjukkan pertumbuhan yang pesat.

Pertumbuhan *e-commerce* yang pesat akan menyebabkan berbagai pengaruh bagi penggunaannya, terutama bagi mahasiswa. Berbelanja online tidak hanya mengubah cara berbelanja tetapi juga mengubah pola konsumsi sosial dan budaya (Lailatul Rachmawati 2019). Perubahan sosial dan budaya di lingkungan kampus dapat mendorong mahasiswa untuk berperilaku konsumtif (Widiastuti and Nasution 2022). Perilaku konsumtif dijelaskan sebagai kegiatan berbelanja dan menggunakan barang tanpa pertimbangan mendalam, serta adanya kebiasaan mengkonsumsi barang tanpa batas, dimana hal ini lebih menekankan keinginan daripada kebutuhan (Atmaja and Susanti 2022). Salah satu faktor yang saat ini mempengaruhi perilaku konsumtif adalah kemajuan teknologi pembayaran yang semakin canggih, terutama adanya fitur pembayaran seperti shopee paylater (Rahmawati and Mirati 2022).

Shopee Paylater sebagai metode pembayaran berbasis kredit tanpa memerlukan kartu kredit yang membuat pembeli dapat membeli barang tanpa membayar di muka, yang dimana pembayaran dilakukan sesuai dengan tanggal jatuh tempo yang telah ditetapkan perusahaan (Kurniasari and Fisabilillah 2021). Kemajuan teknologi paylater menjadikan mahasiswa sebagai salah satu kelompok yang menjadi sasaran utama pasar, dan membuat mahasiswa tertarik untuk berbelanja lebih banyak dengan opsi membayar nanti di waktu yang akan datang. Hal ini menciptakan kebiasaan mengkonsumsi yang mungkin melebihi kapasitas finansial mereka (Amelia, Fidiansa, and Risa 2023). Maka dari itu, fitur paylater dapat menyebabkan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Perilaku konsumtif ini dapat dihindari salah satunya dengan meningkatkan literasi keuangan dikalangan mahasiswa.

Literasi keuangan berperan penting dalam membentuk mahasiswa agar menjadi lebih bijak dalam mengelola keuangannya dan menghindari pembelian yang tidak terkontrol. Dengan literasi keuangan yang baik, mahasiswa dapat membuat keputusan yang lebih

rasional dalam berbelanja, sehingga mengurangi perilaku konsumtif (Siti Mubarakah and Pratiwi 2022). Perilaku konsumtif juga dipengaruhi oleh gaya hidup yang mendorong mahasiswa untuk membeli barang atau jasa.

Kemajuan teknologi dan perkembangan zaman telah mengubah gaya hidup mahasiswa dalam berbagai aspek kehidupan mereka, termasuk penampilan, interaksi sosial, dan aktivitas lain yang mengikuti perkembangan tren (Pulungan and Febriaty 2018). Gaya hidup mahasiswa yang mengikuti tren dan dipengaruhi lingkungan sosial dapat menyebabkan mahasiswa berbelanja berlebihan dan bersikap konsumtif. Hal ini terjadi karena mahasiswa mudah terpengaruh oleh hal-hal yang menyenangkan, sering bergaul dengan teman, dan sering kesulitan mengelola keuangan dengan optimal (Zahra, Khairani, and Lestari 2023)..

2. KAJIAN PUSTAKA

Fitur Shopee Paylater

Shopee PayLater dapat dijelaskan sebagai metode pembayaran yang memungkinkan pengguna shopee untuk membeli produk secara kredit, di mana pengguna bisa membeli barang terlebih dahulu tanpa melakukan pembayaran secara langsung. Tujuan dari Shopee PayLater adalah untuk memberikan kemudahan kepada pelanggan yang sedang bertransaksi di platform Shopee (Rismayadi, Dewi, and Anshori 2020).

Fitur Shopee PayLater mulai diperkenalkan pada maret 2019. Shopee menjalin kerjasama dengan beberapa perusahaan untuk memberikan layanan kredit ini. Beberapa dari perusahaan tersebut antara lain PT. Lentera Dana Nusantara, yang bertanggung jawab atas administrasi kredit dan pinjaman *peer-to-peer* (P2P) berbasis inovasi, PT. Trade Finance, yang fokus pada lembaga keuangan, dan pihak-pihak lain yang bekerjasama dengan PT. Lentera Dana Nusantara atau PT. Trade Finance untuk menyediakan uang muka kepada klien (Salamah, 2022).

Literasi Keuangan

Manajemen keuangan setiap individu harus berdasarkan pemahaman terhadap konsep dasar keuangan yang sering disebut sebagai literasi keuangan. Menurut Lusardi and Mitchell (2014) dalam (Zaman and Kurniawan 2023) literasi keuangan adalah pemahaman individu terhadap berbagai aspek keuangan yang disertai dengan sikap dan kemampuan untuk menerapkan pemahaman tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Literasi keuangan berhubungan erat dengan sikap atau *mindset* individu terhadap uang dan pengelolaannya. Sikap yang positif terhadap pengelolaan keuangan dapat mendorong individu untuk lebih berhati-hati dalam membuat keputusan finansial, serta meningkatkan disiplin dalam menabung dan berinvestasi.

Pendapat berbeda dikemukakan oleh (Pulungan and Febriaty 2018) bahwa literasi keuangan adalah kemampuan yang penting dalam mengelola keuangan secara efektif. Ini melibatkan pemahaman tentang kondisi keuangan pribadi serta konsep-konsep keuangan yang mendasar dan memungkinkan individu untuk mengelola keuangan agar lebih efektif, mengurangi risiko, dan mencapai tujuan keuangan dengan lebih baik.

Menurut (Asisi and Purwantoro 2020) literasi keuangan merupakan kesadaran dan pemahaman mengenai aspek-aspek keuangan, dengan tujuan meraih kesejahteraan. Hal ini menunjukkan bahwa setiap individu perlu mempersiapkan diri untuk menghadapi era globalisasi, khususnya dalam konteks keuangan.

Gaya Hidup

Gaya hidup menggambarkan cara seseorang menjalani hidup, yang tercemin dalam pola konsumsi, preferensi, dan pengelola keuangan. Gaya hidup dalam kehidupan

generasi milenial, khususnya mahasiswa, sering kali dianggap sebagai suatu bentuk kebutuhan umum yang tidak hanya memenuhi kebutuhan primer tetapi juga kebutuhan yang bersifat umum atau rasional. Gaya hidup ini mencerminkan keseimbangan antara pemenuhan kebutuhan dasar dan pencapaian kepuasan individu melalui berbagai bentuk konsumsi. Generasi milenial dikenal dengan karakteristik yang unik dalam hal pola konsumsi. Hal ini terkait dalam kebiasaan berbelanja mereka yang tidak hanya difokuskan pada harga dan kualitas, tetapi juga pada bagaimana suatu produk atau jasa dapat mencerminkan identitas dan nilai-nilai pribadi mereka. Dalam pengelolaan keuangan, generasi milenial sering kali menunjukkan perilaku yang lebih sadar dan terencana dibandingkan generasi sebelumnya. Mereka cenderung memanfaatkan teknologi keuangan seperti aplikasi perbankan digital dan investasi online untuk mengatur keuangan mereka dengan lebih efisien (Ulfa, Bukhari, and Prasetyo 2022).

Gaya hidup juga dapat dijelaskan sebagai pola kehidupan di mana seseorang mengalokasikan energinya. Hal ini mencakup berbagai aktivitas, minat, dan opini yang dipilih dan dijalani oleh seseorang dalam kehidupan sehari-harinya. Gaya hidup lebih mencerminkan bagaimana seseorang menjalani kehidupannya, mengelola keuangan, dan menggunakan waktunya. Gaya hidup tidak hanya menggambarkan perilaku konsumsi atau kebiasaan belanja, tetapi juga mencerminkan bagaimana seseorang mengelola keuangan pribadi, merencanakan pengeluaran, dan menginvestasikan sumber daya yang dimilikinya untuk mencapai kesejahteraan finansial. Lebih lanjut, gaya hidup juga mencerminkan cara seseorang menggunakan waktunya. Hal ini berkaitan dengan keputusan tentang aktivitas apa yang dilakukan dalam waktu luang, cara berinteraksi dengan lingkungan sosial, serta bagaimana individu tersebut menjaga keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi (Zahra et al. 2023).

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif mencerminkan status sosial dan keinginan untuk memamerkan diri, yang sering kali mengarah pada pengembangan gaya hidup dan perilaku konsumsi yang berlebihan sebagai lambang dari status sosial yang tinggi. Individu yang terlibat dalam perilaku konsumtif cenderung membeli barang-barang mewah atau mengikuti tren terkini bukan hanya untuk kebutuhan pribadi, tetapi juga untuk menunjukkan status sosial mereka kepada orang lain. (Nur Solihat and Arnasik 2018).

Menurut Engel, Blackwell, dan Mansard dalam (Sofiya et al. 2023) mendefinisikan bahwa perilaku konsumtif merupakan tindakan dan proses pengambilan keputusan yang dilakukan individu dalam membeli barang dan jasa untuk kebutuhan konsumsi pribadi. Pemahaman menyeluruh terhadap kepuasan dan ketidakpuasan konsumen merupakan hal yang penting bagi pemasar, karena dapat membantu perusahaan mencapai targetnya atau mencapai kesuksesan dengan produk baru yang memenuhi harapan konsumen.

Hipotesis Penelitian

Bedasarkan penelitian di atas, hipotesis penelitian yang dirumuskan sebagai berikut:

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Aftika, Hanif, and Devi 2022) menunjukkan bahwa penggunaan shopee paylater berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa UIN Raden Intan Lampung.

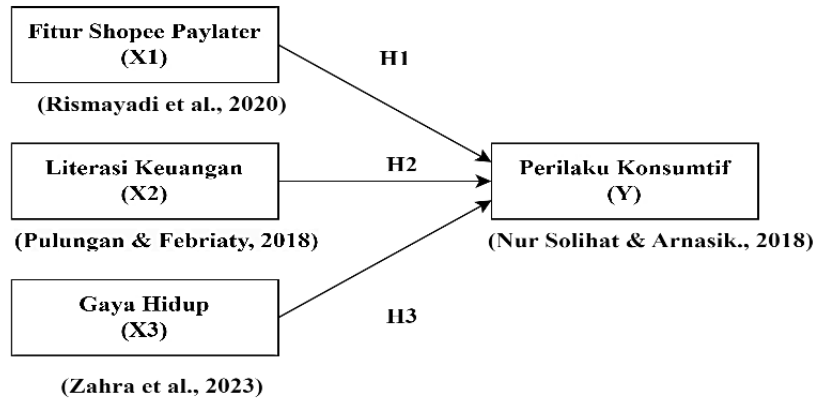
H1 : Fitur Shopee Paylater berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Aini, Rapini, and Riawan 2023) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

H2 : Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Sufatmi and Purwanto 2021) menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa perguruan tinggi negeri se-Surabaya

H3: Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan populasi yang terdiri dari seluruh Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Progam Studi Manajemen Angkatan 2020. Sampel penelitian diambil menggunakan teknik *probability sampling* dengan kriteria sampel yang digunakan adalah teknik *simple random sampling*, yang dilakukan secara acak tanpa mempertimbangkan strata dalam populasi (Sugiyono 2019). Dalam penelitian ini, populasi yang akan diteliti adalah seluruh Mahasiswa Progam Studi Manajemen Universitas Pelita Bangsa angkatan 2020 dengan jumlah 1.000 mahasiswa. Jumlah sampel penelitian ditentukan menggunakan rumus slovin, sehingga diperoleh sebanyak 100 sampel penelitian. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dengan cara membagikan *link* kuesioner *Google Form* melalui media sosial. Kuesioner tersebut dirancang menggunakan skala likert.

Metode analisis data menggunakan perangkat lunak SPSS versi 23. Perangkat lunak ini berguna untuk melakukan berbagai jenis analisis statistik, memungkinkan peneliti untuk menginterpretasikan data dengan lebih akurat dan efisien. Perangkat lunak SPSS ini berguna untuk melakukan berbagai analisis statistik, seperti uji validitas, uji reliabilitas, uji multikolonieritas, uji analisis regresi linear berganda, uji t (parsial), dan uji koefisien determinasi (adjusted r square).

Definisi Operasional variabel

Tabel 1. Operasional variabel

Variabel	Indikator	Sumber
Fitur Shopee Paylater	1. Penggunaan setiap transaksi 2. Frekuensi penggunaan 3. Mempermudah pembayaran	(Rismayadi et al. 2020)
Literasi Keuangan	1. Pemahaman dasar keuangan pribadi 2. Penganggaran tabungan dan pinjaman 3. Menghindari atau memperbaiki hutang	(Pulungan and Febriaty 2018)

	4. Pencatatan keuangan	
Gaya Hidup	1. Kegiatan 2. Minat 3. Opini	(Zahra et al. 2023)
Perilaku Konsumtif	1. Pembelian impulsif 2. Pemborosan 3. Pembelian tidak rasional	(Nur Solihat and Arnasik 2018)

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tujuan dari uji validitas adalah untuk menentukan keabsahan atau validitas dari pernyataan-pernyataan dalam kuesioner yang telah disusun. Kuesioner dianggap valid jika pernyataannya akurat dalam menunjukkan aspek yang ingin diukur melalui kuesioner tersebut. Item-item pertanyaan dianggap valid jika r hitung $>$ r tabel (dengan signifikansi 0,05) (Ghozali 2018).

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Fitur Shopee Paylater (X1)

Item Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X1.1	0,900	0,1966	Valid
X1.2	0,871	0,1966	Valid
X1.3	0,865	0,1966	Valid
X1.4	0,883	0,1966	Valid
X1.5	0,831	0,1966	Valid

Sumber : data primer diolah, 2024

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Literasi Keuangan (X2)

Item Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X2.1	0,742	0,1966	Valid
X2.2	0,851	0,1966	Valid
X2.3	0,627	0,1966	Valid
X2.4	0,684	0,1966	Valid
X2.5	0,781	0,1966	Valid

Sumber : data primer diolah, 2024

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup (X3)

Item Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X2.1	0,837	0,1966	Valid
X2.2	0,880	0,1966	Valid
X2.3	0,801	0,1966	Valid
X2.4	0,842	0,1966	Valid
X2.5	0,850	0,1966	Valid

Sumber : data primer diolah, 2024

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Perilaku Konsumif (Y)

Item Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X2.1	0,816	0,1966	Valid
X2.2	0,870	0,1966	Valid

X2.3	0,787	0,1966	Valid
X2.4	0,874	0,1966	Valid
X2.5	0,824	0,1966	Valid

Sumber : data primer diolah, 2024

Bedasarkan hasil uji validitas yang telah dilakukan, terlihat bahwa setiap item pernyataan pada variabel fitur shopee paylater, literasi keuangan, gaya hidup, dan perilaku konsumtif menunjukkan hasil yang valid. Hal ini dibuktikan dengan nilai r hitung pada setiap item pernyataan yang lebih besar dari nilai r tabel. Nilai r tabel diperoleh dari rumus $df = (N-2)$ yaitu 0,1966. Dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel tersebut terbukti valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengevaluasi konsistensi hasil pengukuran dari kuesioner yang digunakan secara berulang. Jawaban responden terhadap pernyataan dianggap reliabel jika setiap pernyataan dijawab secara konsisten dan tidak secara acak. Item-item pernyataan dianggap reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha $> 0,70$ (Ghozali 2018).

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Fitur Shopee Paylater (X1)	0,919	Reliabel
Literasi Keuangan (X2)	0,790	Reliabel
Gaya Hidup (X3)	0,896	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	0,891	Reliabel

Sumber : data primer diolah, 2024

Bedasarkan hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan, terlihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari setiap item pernyataan pada variabel fitur shopee paylater, literasi keuangan, gaya hidup, dan perilaku konsumtif melebihi nilai batas *Cronbach's Alpha* yang ditetapkan, yaitu 0,70. Dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel tersebut terbukti reliabel.

Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas digunakan untuk mengevaluasi apakah terdapat korelasi antara variabel bebas (independen) dalam mode regresi. Regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan adanya korelasi antara variabel independen. Uji multikolonieritas diketahui dari nilai tolerance dan *variance inflation factor* (VIF). Tidak terjadi multikolonieritas jika nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 (Ghozali 2018).

Tabel 7. Hasil Uji Multikolonieritas Variabel

Variabel	Tolerance	VIF
Fitur Shopee Paylater (X1)	0,764	1,390
Literasi Keuangan (X2)	0,782	1,279
Gaya Hidup (X3)	0,931	1,704

Sumber : data primer diolah, 2024

Bedasarkan hasil uji multikolonieritas yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa nilai tolerance untuk variabel Fitur Shopee Paylater (X1) adalah 0,764 Literasi Keuangan (X2) adalah 0,782 dan Gaya Hidup (X3) adalah 0,931. Nilai tolerance pada semua variabel lebih besar dari 0,10, yang artinya tidak terjadi multikolonieritas. Selain itu, nilai *variance inflation factor* (VIF) untuk Fitur Shopee Paylater (X1) adalah 1,390, Literasi Keuangan

(X2) adalah 1,279, dan Gaya Hidup (X3) adalah 1,704. Nilai VIF pada semua variabel kurang dari 10, yang artinya tidak terjadi multikolonieritas di antara variabel-variabel tersebut.

Analisis Regresi Linear Berganda

Model regresi linear berganda dapat digunakan untuk memahami bagaimana variabel-variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Berikut model regresi linear berganda (Ghozali 2018).

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Tabel 8. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1						
	(Constant)	.524	2.113		.248	.805
	Fitur Shopee Paylater	.272	.090	.282	3.017	.003
	Literasi Keuangan	.347	.101	.317	3.434	.001
	Gaya Hidup	.236	.094	.211	2.497	.014

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber : data primer diolah, 2024

Berdasarkan output SPSS yang tercantum dalam table 8, diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,524 + 0,272X_1 + 0,347X_2 + 0,236X_3 + 2.113 e$$

Pembahasan:

Nilai konstanta sebesar 0,524 berarti bahwa, apabila Fitur Shopee Paylater (X1), Literasi Keuangan (X2), dan Gaya Hidup (X3) diasumsikan tidak ada, maka Perilaku Konsumtif (Y) memiliki nilai sebesar 0,524. Nilai koefisien regresi Fitur Shopee Paylater (X1) sebesar 0,272 bernilai positif, yang berarti kenaikan Fitur Shopee Paylater (X1) akan mengakibatkan kenaikan pada Perilaku Konsumtif (Y) sebesar 0,272. Nilai koefisien Literasi Keuangan (X2) sebesar 0,347 bernilai positif, yang berarti kenaikan Literasi Keuangan (X2) akan mengakibatkan kenaikan pada Perilaku Konsumtif (Y) sebesar 0,347. Nilai koefisien regresi Gaya Hidup (X3) sebesar 0,236 bernilai positif, yang berarti kenaikan Gaya Hidup (X3) akan mengakibatkan kenaikan pada Perilaku Konsumtif (Y) sebesar 0,236.

Uji T (Parsial)

Uji t mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Hasil uji t dapat dilihat dari nilai probability value (sig). Jika nilai probability value kurang dari 0,05 maka Ho diterima, ini menunjukkan variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Namun, jika nilai probability value lebih 0,05, maka Ho ditolak, ini menunjukkan variabel independen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali 2018).

- Variabel Fitur Shopee Paylater (X1) terhadap Perilaku Konsumtif (Y)
 Nilai signifikan (0,003 < 0,05)
 T hitung > t tabel (3,017 > 1,98498)

Bedasarkan tabel 8 yaitu hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi 0,003 lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 dan nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel yaitu $3,017 > 1,98498$. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima, yang artinya terdapat pengaruh fitur shopee paylater terhadap perilaku konsumtif secara signifikan.

- Variabel Literasi Keuangan (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y)
 Nilai signifikan ($0,001 < 0,05$)
 T hitung > t tabel ($3,434 > 1,98498$)

Bedasarkan tabel 8 yaitu hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi 0,001 lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 dan nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel yaitu $3,434 > 1,98498$. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua diterima, yang artinya terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif secara signifikan.

- Variabel Gaya Hidup (X3) terhadap Perilaku Konsumtif (Y)
 Nilai signifikan ($0,014 < 0,05$)
 T hitung > t tabel ($2,497 > 1,98498$)

Bedasarkan tabel 8 yaitu hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi 0,014 lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 dan nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel yaitu $2,497 > 1,98498$. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga diterima, yang artinya terdapat pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif secara signifikan.

Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)

Koefisien determinasi (Adjusted R Square) adalah ukuran seberapa besar model regresi dapat menjelaskan variabel dependen. Koefisien determinasi memiliki nilai antara 0 dan 1 dengan rentang ($0 < R^2 < 1$) (Ghozali 2018).

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.601 ^a	.361	.341	3.942

Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Literasi Keuangan, Fitur Shopee Paylater

Sumber : data primer diolah, 2024

Dari hasil output SPSS pada tabel 9, diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,341. Dapat diinterpretasikan bahwa sebesar 34,1% dari Perilaku Konsumtif (Y) dapat dipengaruhi oleh Fitur Shopee Paylater (X1), Literasi Keuangan (X2), dan Gaya Hidup (X3). Sementara itu, sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Fitur Shopee Paylater terhadap perilaku konsumtif berbelanja online pada mahasiswa

Dalam analisis yang dilakukan, diperoleh hasil uji t sebesar 3,017, yang menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t table yaitu ($3,017 > 1,98498$), dengan signifikansinya 0,003, yang lebih kecil dari nilai 0,05. Hasil ini menandakan adanya pengaruh positif dan signifikan antara fitur shopee paylater terhadap perilaku konsumtif berbelanja online pada mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Progam Studi Manajemen Angkatan 2020. Fitur shopee paylater memberikan kemudahan kepada pelanggan yang bertransaksi di platform shopee (Rismayadi et al. 2020). Mahasiswa Universitas Pelita

Bangsa Progam Studi Manajemen Angkatan 2020 memilih menggunakan Shopee Paylater karena kemudahannya dan juga sebagai solusi yang efektif untuk mengatasi kendala di pembayaran. Fitur paylater membuat mahasiswa tertarik untuk berbelanja lebih banyak, karena bisa membayar nanti di waktu yang akan datang. Hal ini menciptakan kebiasaan berkonsumsi yang dapat melebihi kapasitas finansial mereka. Maka dari itu, fitur paylater dapat menyebabkan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Aftika et al. 2022) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan fitur shopee paylater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif berbelanja online pada mahasiswa

Dalam analisis yang dilakukan, diperoleh hasil uji t sebesar 3.434 yang menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu ($3.434 > 1,98498$) dengan signifikansinya 0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Hasil ini menandakan adanya pengaruh positif dan signifikan antara Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Progam Studi Manajemen Angkatan 2020. Literasi keuangan adalah pemahaman individu terhadap berbagai aspek keuangan yang disertai dengan sikap dan kemampuan untuk menerapkan pemahaman tersebut dalam kehidupan sehari-hari (Zaman and Kurniawan 2023). Literasi keuangan menjadi kunci penting yang harus diterapkan oleh mahasiswa. Tingkat literasi keuangan Mahasiswa Angkatan 2020 cenderung kurang baik. Mahasiswa dengan literasi keuangan yang kurang baik, seringkali tidak memahami pengelolaan keuangan dengan baik, sehingga cenderung bersikap konsumtif dan tidak bisa membedakan antara kebutuhan dan keinginan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Aini et al. 2023) pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, yang menyatakan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif berbelanja online pada mahasiswa

Dalam analisis yang dilakukan, diperoleh hasil uji t sebesar 2.497 yang menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu ($2.497 > 1,98498$) dengan signifikansinya 0,014 yang lebih kecil dari 0,05. Hasil ini menandakan adanya pengaruh positif dan signifikan antara Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Progam Studi Manajemen Angkatan 2020. Gaya hidup mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Progam Studi Manajemen Angkatan 2020 menjadikan mereka berperilaku konsumtif. Mereka mengikuti tren dengan membeli produk terbaru tanpa mempertimbangkan kebutuhan sebenarnya. Mereka sering menghabiskan waktu di Shopee, dan tertarik mencoba produk baru. Akibatnya, waktu yang dihabiskan untuk menjelajahi produk dan ketertarikan pada barang baru, mendorong mereka untuk membeli barang yang tidak diperlukan, sehingga berdampak negatif pada kestabilan uang mereka. Hal ini sesuai dengan konsep (Zahra et al. 2023) yang menyatakan bahwa gaya hidup mencerminkan cara seseorang menjalani hidup, mengelola keuangan, dan menggunakan waktunya.

Kondisi ini selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Sufatmi and Purwanto 2021) yang menyatakan bahwa Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa.

5. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Fitur Shopee Paylater berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif dalam Berbelanja Online. Dengan demikian, H1 diterima dan H0 ditolak. Hal ini disebabkan oleh kemudahan yang diberikan Fitur Shopee Paylater dalam opsi pembayaran, di mana pengguna dapat berbelanja tanpa harus membayar secara langsung. Dengan adanya Fitur Shopee Paylater, mahasiswa cenderung untuk berbelanja lebih banyak tanpa mempertimbangkan keterbatasan finansial mereka. Dengan kata lain, kemudahan ini mendorong mahasiswa untuk berperilaku konsumtif dalam berbelanja online, di mana mahasiswa dapat melakukan pembelian tanpa perlu membayar langsung, sehingga meningkatkan frekuensi dan jumlah belanjaan mereka. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H1) diterima, yang menunjukkan adanya pengaruh Fitur Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif dalam Berbelanja Online
2. Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif dalam Berbelanja Online. Dengan demikian, H2 diterima dan H0 ditolak. Hal ini dikarenakan tingkat literasi keuangan di kalangan mahasiswa cenderung kurang baik. Kurangnya pemahaman terhadap literasi keuangan sering kali mengakibatkan perilaku konsumtif, karena prioritas kebutuhan tidak dipertimbangkan secara cermat dalam proses konsumsi mereka. Oleh karena itu, semakin rendah tingkat literasi keuangan pada seseorang, maka semakin tinggi kecenderungan seseorang tersebut untuk berperilaku konsumtif. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua (H2) diterima, yang menunjukkan adanya pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif dalam Berbelanja Online.
3. Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif dalam Berbelanja Online. Dengan demikian, H3 diterima dan H0 ditolak. Hal ini disebabkan oleh gaya hidup mahasiswa yang cenderung mengikuti trend dan menghabiskan banyak waktu untuk menjelajahi produk di platform belanja online, sehingga mendorong mahasiswa untuk berperilaku konsumtif, di mana mahasiswa cenderung membeli barang-barang yang sesuai dengan gaya hidup mereka tanpa mempertimbangkan secara mendalam kebutuhan atau keterbatasan finansial. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga (H3) diterima, yang menunjukkan adanya pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif dalam Berbelanja Online.

Saran

Bagi Mahasiswa pengguna Fitur Shopee Paylater, disarankan untuk menggunakan fitur ini dengan bijak dan mempertimbangkan keterbatasan finansial pribadi. Meskipun fitur ini memberikan kemudahan dalam berbelanja, penting untuk tetap memperhatikan kemampuan finansial, dan membatasi diri untuk tidak tergoda membeli barang yang tidak diperlukan agar terhindar dari perilaku konsumtif yang berlebihan.

Bagi Penelitian mendatang disarankan untuk melibatkan sampel responden yang lebih representatif dari berbagai program studi atau perguruan tinggi untuk mendapatkan gambaran yang lebih luas dan akurat mengenai pengaruh Fitur Shopee Paylater, Literasi Keuangan, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif dalam Berbelanja online.

DAFTAR PUSTAKA

- Aftika, Sonia, Hanif Hanif, and Yulistia Devi. 2022. "Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopeepaylater 'Bayar Nanti' Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Uin Raden Intan Lampung Dalam Perspektif Bisnis Syariah." *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam* 3(1):87–106. doi: 10.24042/revenue.v3i1.11228.

- Ahdiat, ADI. 2023. "Tren Pengunjung E-Commerce Kuartal III 2023, Shopee Kian Melesat." *Databoks.Co.Id*. Retrieved (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/11/tren-pengunjung-e-commerce-kuartal-iii-2023-shopee-kian-melesat>).
- Aini, Z. N., T. Rapini, and R. Riawan. 2023. "Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo" *The Academy Of Management ...* 2(1):41–49.
- Amelia, Putri Nailah, Putri Arta Fidiansa, and Chindy Salsabilla Risa. 2023. "Fenomena Penggunaan Paylater Di Kalangan Mahasiswa." *Prosiding Seminar Nasional* 176–87.
- Asisi, Irianti, and Purwantoro. 2020. "Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian." *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 2(1):107–18.
- Atmaja, Ria Melina, and Dan Ari Susanti. 2022. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millennial Pengguna Shopee Di Solo." *Jab* 8(01):57–66.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Progam IBM SPSS 25*. Edisi 9. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kurniasari, Intan, and Ladi Wajuba Perdini Fisabilillah. 2021. "Fenomena Perilaku Berbelanja Menggunakan Spaylater Serta Dampaknya Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Ilmu Ekonomi." *Independent: Journal of Economics* 1(3):207–18. doi: 10.26740/independent.v1i3.43637.
- Lailatul Rachmawati, Aulia. 2019. "Analisis Pengaruh E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Prodi Manajemen Universitas Tidar)." *Jurnal Online Mahasiswa Manajemen* 1(1).
- Lusardi, Annamaria, and Olivia S. Mitchell. 2014. "The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence." *Journal of Economic Literature* 52 (1):5–44. doi: <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>.
- Mustajab, Ridhwan. 2023. "Pengguna E-Commerce RI Diproyeksi Capai 196,47 Juta Pada 2023." *DataIndonesia.Id*. Retrieved (<https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-ecommerce-ri-diproyeksi-capai-19647-juta-pada-2023>).
- Nur Solihat, Ai, and Syamsudin Arnasik. 2018. "Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi." *OIKOS Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi* II(X). doi: 10.23969/oikos.v2i1.915.
- Pulungan, Delyana Rahmawaty, and Hastina Febriaty. 2018. "Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa." *Jurnal Riset Sains Manajemen* 2(3):1–8. doi: 10.5281/zenodo.1410873.
- Rahima, Phyta, and Irwan Cahyadi. 2022. "Pengaruh Fitur Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram." *Target : Jurnal Manajemen Bisnis* 4(1):39–50. doi: 10.30812/target.v4i1.2016.
- Rahmawati, Gina, and Elly Mirati. 2022. "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Pada Generasi Millennial." *Jurnal Multidisiplin Madani* 2(5):2415–30.
- Rismayadi, Ali Akbar, Dede Kartika Dewi, and Iedam Fardian Anshori. 2020. "Analisis Kepuasan Pengguna Shopee Paylater Menggunakan Model Delone & Mclean." *Jurnal Responsif* 2(2):191–97.

- Salamah, Ummu. 2022. "The Effect of Shopee Paylater on Student Consumption Behavior." *Review of Multidisciplinary Education, Culture and Pedagogy* 1(3):21–24.
- Siti Mubarakah, Martika, and Vivi Pratiwi. 2022. "Pengaruh E-Commerce, Uang Saku, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Masa Pandemi Covid-19." *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 11(04):496. doi: 10.24843/eeb.2022.v11.i04.p10.
- Sofiya, Nur Ainin, Nur Dini Syauqina, Nur Fadhilah, Nur Fatihah, Aaliya Alam, and Adarsh Upadhyay. 2023. "The Influence of Shoppe on Consumer Behavior: A Case Study in Malaysia." *Journal of The Community Development in Asia* 6(2):128–47. doi: 10.32535/jcda.v6i2.2296.
- Sufatmi, Nanik, and Eko Purwanto. 2021. "The Effect of Financial Literature, Lifestyle, and Self-Control on Consumption Behavior on Online Shopping By State Students of State Universities in Surabaya." *Jurnal Ekonomi Balance* 17(2):317–24. doi: 10.26618/jeb.v17i2.6207.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D / Sugiyono*. ed. 1. Bandung: Alfabeta.
- Ulfa, Sri Utami, Eri Bukhari, and Eri Teguh Prasetyo. 2022. "GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BELANJA ONLINE PADA MASA PANDEMI COVID-19." *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen* 18(1).
- Widiastuti, Wahyu Putri, and Sri Mulyani Nasution. 2022. "Kontrol Diri Dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna E-Commerce Shopee Di Masa Pandemi COVID-19." *Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 18(3):194–203. doi: <https://doi.org/10.23960/jbm.v18i3.748>.
- Zahra, Aulia, Umi Khairani, and Dini Lestari. 2023. "Pengaruh Fomo, Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FakultasEknomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara." *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)* 3(2):3204–26.
- Zaman, Delfian, and Mohd. Ideal Kurniawan. 2023. "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pendidikan Keuangan Di Keluarga Terhadap Perilaku Belanja Online Mahasiswa." *JRAK (Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis)* 9(1):264–73. doi: 10.38204/jrak.v9i1.1210.