

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN FASILITAS PAY LATER TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF**
(STUDI PENGGUNA SHOPEE PAY LATER DI FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
UNISMA ANGKATAN 2020)

Widia Tri Setiawati, Sri Nuringwahyu, Rio Era Deka

*Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Islam Malang,
Jl.MT Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia
LPPM Universitas Islam Malang Jl. MT Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia
Email: widiatriaja@gmail.com*

ABSTRAK

Riset ini mempunyai tujuan untuk mengetahui serta menganalisis pengaruh gaya hidup dan fasilitas paylater terhadap perilaku konsumtif. Penelitian ini termasuk pada jenis penelitian kuantitatif menggunakan metode non-probability sampling serta memakai sampel jenuh dalam pengambilan sampel. Penelitian ini mempunyai populasi serta sampel sejumlah 80 Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Unisma Angkatan 2020 yang menggunakan aplikasi Shopee Paylater. Temuan dari riset menunjukkan bahwa variabel independen gaya hidup dan fasilitas paylater berpengaruh terhadap variabel dependen perilaku konsumtif secara simultan. Nilai uji F $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($68,056 > 3,114$) dan nilai signifikansinya adalah 0,000 yang artinya $0,000 < 0,05$. Berdasarkan koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai R^2 sebesar 63,9% terhadap variabel perilaku konsumtif (Y), dengan faktor diluar riset ini berpotensi mempengaruhi sisanya sebesar 36,1%.

Kata Kunci: Gaya Hidup, Fasilitas PayLater, Perilaku Konsumtif

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the effect of lifestyle and paylater facilities on consumptive behavior. This research belongs to the type of quantitative research using non-probability sampling method and using saturated samples in sampling. This study has a population and sample of 80 Unisma Faculty of Administrative Sciences Class of 2020 students who use the Shopee Paylater application. The findings of the study indicate that the independent variables of lifestyle and paylater facilities simultaneously affect the dependent variable of consumptive behavior. The F test value $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($68.056 > 3.114$) and the significance value is 0.000 which means $0.000 < 0.05$. Based on the coefficient of determination, it shows that the R^2 value is 63.9% of the consumptive behavior variable (Y), with other factors not included in this study potentially affecting the remaining 36.1%.

Keywords: Lifestyle, PayLater Facility, Consumptive Behavior

PENDAHULUAN

Seiring kemajuan IT (Informasi *Technology*) maka akan adanya pembaharuan yang dialami. Salah satunya terdapat pada perkembangan teknologi yang menjadi sarana media komunikasi agar penggunaannya mendapatkan akses informasi secara digital yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan pengguna seperti, berkirim pesan, melakukan pekerjaan dan yang populer pada saat ini yakni melakukan pemasaran digital atau pembelian barang secara digital atau daring yang disebut dengan *e-commerce*.

E-commerce mempermudah pengguna dalam berbelanja, cukup dengan menggunakan *smartphone*, mereka dapat mengakses semua pasar online dengan luas serta disuguhkan dengan banyaknya pilihan produk yang menawarkan gratis ongkir, *caseback*, *sale* produk bahkan banyak nya penawaran potongan harga di setiap akhir bulan yang dapat meningkatkan keinginan konsumen dalam berbelanja. Sehingga menimbulkan peningkatan perilaku konsumtif seseorang dalam berbelanja barang yang mereka inginkan dan mereka butuhkan.

Sistem pembayaran di era digital mengalami kemajuan, termasuk di Indonesia, dengan adanya teknologi keuangan (*Fintech*) yang mengkombinasikan antara layanan keuangan dengan teknologi informasi yang memfasilitasi transaksi yang cepat serta mengurangi kekhawatiran terkait jarak. *Fintech* memiliki banyak fitur untuk sistem pembayaran antara lain, pembayaran tunai, transfer bank atau

menggunakan dompet digital dan sistem *Pay Later*.

Shopee PayLater meringankan pembeli untuk melaksanakan kesepakatan dengan sistem bayar non *cash*. Progres pembayaran bisa diterapkan dengan cara membeli saat ini bayar kemudian ataupun lewat cara cicilan (Islami *et. al.*, 2023).

Fasilitas yang diberikan oleh *e-commerce* *shopee* harus menjadi perhatian khusus karena dibalik kemudahan fitur pembayaran akan muncul sejumlah tantangan yang dapat mempengaruhi kestabilan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Perilaku konsumtif adalah ketika seseorang melakukan sesuatu tanpa berpikir terlebih dahulu, karena sangat menginginkan sesuatu dan tidak dapat mengontrol dirinya

Riset ini berlokasi di Fakultas Ilmu Administrasi Unisma pada Angkatan 2020. Objek di riset ini adalah Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Unisma Angkatan 2020 yang menggunakan *Shopee PayLater*. berdasarkan informasi yang didapatkan dari beberapa sumber, dilihat dari gaya hidup dan *style fashion* yang digunakan oleh mahasiswa angkatan 2020 yang selalu menggunakan *trend* terbaru, banyak dari mahasiswa angkatan 2020 yang bertempat tinggal di kost dan memiliki kebutuhan lebih banyak dengan keterbatasan uang yang dimiliki. Selain beberapa alasan tersebut juga dikarenakan keterbatasan waktu, tenaga dan biaya. Mengacu pada penjelasan diatas, peneliti bermaksud untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh gaya hidup dan fasilitas *pay*

later terhadap perilaku konsumtif dalam menggunakan *Shopee PayLater*. Kemudian penelitian ini mengangkat judul **“PENGARUH GAYA HIDUP DAN FASILITAS PAY LATER TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF (Studi Pengguna Shopee Pay Later Di Fakultas Ilmu Administrasi Unisma Angkatan 2020)”**

RUMUSAN MASALAH

1. Apakah gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada pengguna *Shopee Pay Later*?
2. Apakah fasilitas *Pay Later* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada pengguna *Shopee Pay Later*?
3. Apakah Gaya hidup dan Fasilitas *Pay Later* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada pengguna *Shopee Pay Later*?

TINJAUAN PUSTAKA

Perilaku Pembelian Konsumen

Konsumen merupakan individu yang memiliki berbagai macam kebutuhan yang harus dipenuhi, selain kebutuhan mereka juga memiliki keinginan yang selalu ingin mereka penuhi. Seiring dengan perkembangan tren dan dunia informasi maka keinginan dan kebutuhan konsumen juga akan bertambah.

Perilaku konsumen berdasarkan penafsiran dari Hasan

(2021:1) Perilaku konsumen adalah kajian mengenai proses yang terjadi dalam menentukan, memperoleh, dan memakai suatu produk agar memenuhi keperluan mereka.

Sedangkan pendapat Kotler dan Armstrong (2012:158) Perilaku pembelian konsumen menggambarkan cara individu dan keluarga dalam memakai suatu produk demi memenuhi kebutuhan konsumsi mereka.

Berdasarkan pengertian tersebut ditarik kesimpulan bahwa perilaku pembelian konsumen merupakan suatu perbuatan individu untuk membeli atau memanfaatkan barang.

Gaya Hidup

Kotler dan Armstrong (2012:170) berpendapat cara hidup individu yang mencerminkan kondisi psikologisnya disebut dengan Gaya Hidup. Pendapat dari Sumarwan (2011:57), Gaya hidup akan dinilai dari aktivitas, minat, dan pandangan individu (*activities, interests, and opinions*). Gaya hidup individu cenderung dinamis dan dapat berubah dengan cepat karena mereka dapat menyesuaikan diri.

Fasilitas PayLater

Pay Later merupakan fasilitas teknik pembayaran non tunai yang mengadopsi konsep membeli terlebih dahulu dan membayar kemudian. Penggunaan dan fungsi *Pay Later* memiliki kesamaan dengan kartu kredit namun *Pay Later* ini dalam bentuk aplikasi dan tidak menggunakan kartu, serta *Pay Later* hanya dapat

digunakan di aplikasi *marketplace* yang menyediakan fasilitas *Pay Later*. Fasilitas *Pay Later* ini memberikan kesempatan kepada para penggunanya melakukan pembayaran secara kredit tanpa memiliki kartu kredit.

Keuntungan lainnya dalam menggunakan *Pay Later* semua pengguna dapat mengakses fitur *Pay Later* memudahkan pengguna karena metode pembayarannya yang fleksibel memungkinkan mereka untuk melakukan pembayaran meskipun tidak memiliki uang tunai. Mereka dapat menggunakan kredit mereka bahkan jika mereka memiliki skor kredit yang buruk.

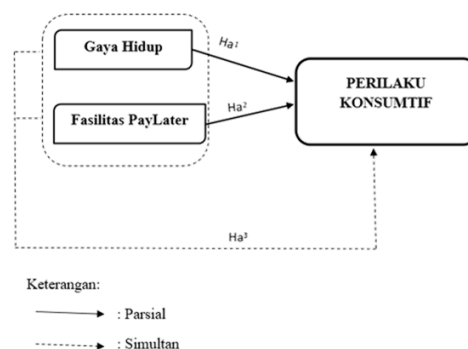
Perilaku Konsumtif

Media massa secara langsung mempengaruhi perilaku masyarakat dengan banyaknya jenis barang yang beredar, media massa mendorong mereka untuk membeli barang secara berlebihan sikap tersebut disebut dengan perilaku konsumtif.

Menurut Lubis dalam (Naning, 2022:39) Perilaku konsumtif adalah sikap yang didorong oleh keinginan tanpa pertimbangan matang, yang secara tidak sadar mengarah pada pemborosan dan pengeluaran besar. Kesimpulannya, sikap konsumen yang berlebihan ketika berbelanja hanya untuk memenuhi keinginan nya saja tanpa memperdulikan barang tersebut masuk dalam kebutuhan yang mereka butuhkan atau barang yang tidak dapat

digunakan sehingga hanya untuk kesenangan belaka.

KERANGKA HIPOTESIS



METODE PENELITIAN

Riset ini menggunakan penelitian kuantitatif, melihat bagaimana gaya hidup dan fasilitas paylater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Unisma Angkatan 2020 yang menggunakan Shopee Paylater. Pelaksanaan riset di Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Islam Malang.

Dalam riset ini, data primer diraih dari kuesioner yang disebarluaskan pada pengguna Shopee PayLater, selain itu data primer diperoleh dari hasil observasi.

80 Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Unisma Angkatan 2020 membentuk populasi serta sampel yang teliti dalam riset ini. Pengambilan secara menyeluruh anggota populasi yang jumlahnya relatif kecil yakni > 100 orang yang disebut dengan sampel jenuh yang dipilih dalam riset ini ini.

Metode pengumpulan data pada riset ini melalui kuesioner dan observasi. Kuesioner adalah teknik mengumpulkan data yang efektif jika digunakan oleh peneliti untuk

mengukur variabel yang didapatkan dari jawaban responden (Sugiyono, 2022:142). Sedangkan observasi merupakan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti untuk membaca fenomena sosial disekitarnya.

HASIL PENELITIAN

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Shopee, yang merupakan bagian dari Sea Group, pertama kali *dilauncingkan* oleh Chris Feng di tujuh negara ditahun 2015 termasuk Singapura, Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, dan Vietnam.

Pada 2015 akhir Mei, pasar Indonesia mulai dimasuki oleh Shopee, dan pada tahun 2015 akhir Juni, Shopee mulai beroperasi di sana. Sejak diluncurkan Shopee Mall, platform awalnya berfungsi sebagai pasar Consumer to Consumer (C2C) sebelum mengadopsi model hybrid yang mencakup Business to Consumer (B2C). Shopee Mall juga menawarkan dukungan logistik yang luas kepada pengguna dengan menyediakan pelayanan kurir diseluruh negara yang berjumlah 70 mitra lebih.

UJI INSTRUMEN

a. Uji Validitas

Nilai r_{tabel} dari $df = N - 2 = 80 - 2 = 78$ dapat dihitung untuk jumlah sampel (N) = 80 responden dalam penelitian ini dengan α 0,05, maka nilai yang diperoleh dari r_{tabel} adalah 0,219.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Indikator	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
X1.1	0,816	0,219	Valid
X1.2	0,812	0,219	Valid
X1.3	0,803	0,219	Valid
X1.4	0,719	0,219	Valid
X1.5	0,777	0,219	Valid
X2.1	0,673	0,219	Valid
X2.2	0,859	0,219	Valid
X2.3	0,815	0,219	Valid
X2.4	0,751	0,219	Valid
X2.5	0,797	0,219	Valid
Y.1	0,481	0,219	Valid
Y.2	0,623	0,219	Valid
Y.3	0,694	0,219	Valid
Y.4	0,758	0,219	Valid
Y.5	0,764	0,219	Valid
Y.6	0,729	0,219	Valid

Sumber: IBM SPSS *Statistic* v.25

Berdasarkan tabel, keseluruhan pernyataan pada variabel dianggap *valid*, jika nilai r hitung > dari r tabel.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.913	16

Sumber: IBM SPSS *Statistic* v.25

Nilai *Cronbach Alpha* > 0,6 yaitu 0,843 menunjukkan bahwa hasil uji menyatakan reliabel. keseluruhan item pernyataan yang terdapat disetiap variabel menyatakan reliabel sehingga layak dipergunakan merupakan kesimpulan dari hasil tersebut.

c. Uji Normalitas

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.12351288
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.065
	Negative	-.072
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: IBM SPSS *Statistic* v.25

Hasil uji *K-S* menunjukkan bahwa nilai *unstandardized residual* yang tidak sesuai dengan nilai Asymp.Sig. 0,200. Data tersebut membuktikan bahwa nilai residual ini berdistribusi normal yang menunjukkan nilai tersebut lebih besar dari 0,05 atau $0,200 > 0,05$ maka dikatakan normal.

d. Uji Multikolinearitas

Tabel 4 Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a				
Model		Collinearity Statistics		
		Tolerance	VIF	
1	X1	.607	1.649	
	X2	.607	1.649	

a. Dependent Variable: Y

Sumber: IBM SPSS Statistic v.25

Dijelaskan dari tabel diatas bahwa nilai VIF untuk seluruh variabel bebas tidak lebih dari 10,00. Menyimpulkan dari tabel tersebut bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas untuk variabel bebas Gaya Hidup (X1) dan Fasilitas PayLater (X2)

e. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5 Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.812	.837		3.360	.001
	X1	-.053	.044	-.173	-1.204	.232
	X2	-.014	.055	-.037	-.255	.800

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: IBM SPSS Statistic v.25

Variabel gaya hidup (X1) memiliki signifikansi $0,232 > 0,05$ dan nilai fasilitas paylater (X2) mempunyai nilai signifikan $0,800 > 0,05$, berdasarkan yang terpapar dalam tabel diatas. Kesimpulannya dari temuan ini bahwa tidak ada heteroskedastisitas diantara variabel bebas yang mencakup gaya hidup dan fasilitas paylater.

f. Regresi Linier Berganda

Tabel 6 Regresi Linier Berganda

Penjelasan persamaan regresi di atas sebagai berikut:

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
Model 1	(Constant)	9.655	1.306		7.395	.000
	GAYA HIDUP	.360	.069	.457	5.201	.000
	FASILITAS PAYLATER	.416	.085	.428	4.871	.000
a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF						
Sumber: IBM SPSS <i>Statistic v.25</i>						

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

Sumber: IBM SPSS Statistic v.25

- Kontanta (a) sebesar 9,655 menyatakan bahwa jika variabel Gaya Hidup (X1) dan Fasilitas PayLater (X2) atau variabel independen dianggap konstan, maka variabel Perilaku Konsumtif (Y) sebesar 9,655 %.
- Koefisien regresi untuk variabel Gaya Hidup (X1) sebesar 0,360, | menyatakan bahwa setiap peningkatan atau penambahan 1% variabel Gaya Hidup (X1) maka akan meningkatkan Perilaku Konsumtif (Y) sebesar 0,360% atau sebaliknya.
- Koefisien regresi untuk variabel Fasilitas Pay Later (X2) sebesar 0,416 menyatakan bahwa setiap peningkatan atau penambahan 1% variabel Fasilitas Pay Later (X2) maka akan meningkatkan Perilaku konsumtif (Y) sebesar 0,416 % atau sebaliknya.

g. Uji t (Parsial)

Tabel 7 Uji t (parsial)

n (sampel) – k (jumlah variabel) – 1 = $80 - 3 = 77$ adalah derajat bebas (df).

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.655	1.306		7.395	.000
	GAYA HIDUP	.360	.069	.457	5.201	.000
	FASILITAS PAYLATER	.416	.085	.428	4.871	.000

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

Sumber: IBM SPSS *Statistic v.25* 2024

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

Sumber: IBM SPSS Statistic v.25,2024

Dengan demikian, nilai t_{tabel} adalah

1,991 dengan tingkat signifikansi = 0,05 (5%). Berikut ini adalah deskripsi hasil uji parsial (uji *t*) dalam tabel sebelumnya:

- a. Gaya hidup ($0,000 < 0,05$) adalah apa yang dimaksud dengan uji *t* terhadap indikator (X1), yang menghasilkan hitungan 5,201 dengan arti 0,000 karena *t* tabel $> (5,201 > 1,991)$ atau *sig*, *t* kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Akibatnya, *H₀* ditolak dan *H_a* diterima, mengindikasikan gaya hidup (X1).
- b. Pada fasilitas *PayLater* (X2), *H₀* ditolak dan *H_a* diterima sesuai hasil uji *t* untuk indikator fasilitas *PayLater* (X2), yaitu *t* hitung 4.871 dengan *t* signifikan 0.000 karena *t* tabel $> (4.871 > 1.991)$ atau kepentingan *t* kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$).

h. Uji F (Simultan)

Tabel 8 Uji F (simultan)

Nilai *F*hitung $> F$ tabel ($68,056 > 3,114$) dan 0,000 yang artinya $0,000 <$

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	629.715	2	314.857	68.056
	Residual	356.235	77	4.626	
	Total	985.950	79		
a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF					
b. Predictors: (Constant), FASILITAS PAYLATER, GAYA HIDUP					

0,05 menjadi taraf signifikansi yang ditunjukkan pada tabel tersebut. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel gaya hidup (X1) dan Fasilitas Pay Later (X2) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap perilaku konsumtif (Y)

i. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 9 Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.799 ^a	.639	.629	2.151
a. Predictors: (Constant), FASILITAS PAYLATER, GAYA HIDUP				

Sumber: IBM SPSS *Statistic* v.25,2024

Dari data diatas diketahui nilai Adjusted R Square sebesar 0,639. Variabel independen yaitu Gaya Hidup (X1) dan Fasilitas Pay Later (X2) memiliki pengaruh simultan, yang berkontribusi sebesar 63,9% terhadap variabel dependen Perilaku Konsumtif (Y). Faktor-faktor yang berada diluar riset ini 36,1% ($1 - 0,639$).

PEMBAHASAN

a. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif

Sesuai pengujian variabel gaya hidup (X1) menunjukkan bahwa nilai *t*hitung ($5,201 > t$ tabel ($1,991$)) taraf signifikan 0,000 atau ($0,000 < 0,05$). Hipotesis ini dikembangkan untuk mendukung *H_{a1}*, yang menunjukkan signifikansi gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif ketika menggunakan *Shopee Pay Later*.

Riset ini konsisten dengan studi sebelumnya oleh Gina Rahmawati dan Elly Mirati (2022), yang menyatakan pengguna *Shopee PayLater* sangat dipengaruhi oleh pilihan gaya hidup mereka terhadap perilaku konsumtif dalam menggunakan *Shopee Pay Later*. Artinya, gaya hidup memiliki hubungan positif, di mana peningkatan gaya hidup akan meningkatkan perilaku konsumtif dalam penggunaan *Shopee Pay Later*.

b. Pengaruh Fasilitas *PayLater* Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil uji variabel fasilitas *pay later* (X2), memperlihatkan bahwa nilai thitung lebih besar dari ttabel ($4,871 > 1,991$) dan tingkat signifikansi adalah 0,000 ($0,000 < 0,05$). Oleh karena itu, H_0 ditolak karena hipotesis yang diajukan sesuai dengan hasil riset. Ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif pengguna Shopee *PayLater* secara signifikan dipengaruhi oleh fasilitas *PayLater*.

Penelitian ini menjadi pembaharuan dari penelitian Phytia Rahima dan Irwan Cahyadi (2022), yang menemukan bahwa *Shopee PayLater* masih tergolong baru kalangan Mahasiswa Universitas Mataram dan tidak terdapat korelasi antara penggunaan *Shopee PayLater* dengan perilaku konsumtif, jurnal ini digunakan sebagai referensi untuk pembaruan karena basis pengguna Shopee berkembang dari waktu ke waktu, yang mungkin berdampak pada pengguna *Shopee PayLater* juga.

KESIMPULAN

Analisis pada penelitian ini membahas “Pengaruh Gaya Hidup dan Fasilitas *Pay Later* terhadap Perilaku Konsumtif (Studi pada Pengguna Shopee *Pay Later* di Fakultas Ilmu Administrasi Unisma Angkatan 2020)”, Oleh sebab itu, kesimpulannya bahwa teknik riset yang digunakan adalah kuantitatif. Pengumpulan data melalui observasi dan menyebarkan kuesioner pada mahasiswa FIA Unisma Angkatan 2020 yang menggunakan *Shopee Pay Later*, dengan

populasi dan sampel sebanyak 80 responden.

Dengan menolak H_0 dan menerima H_a , maka variabel Gaya Hidup (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif, sesuai dengan hasil uji t secara parsial. Artinya, perilaku konsumtif seseorang cenderung meningkat seiring dengan meningkatnya gaya hidupnya.

Uji t Variabel Fasilitas *PayLater* (X2) memberikan hasil H_0 tidak diterima dan H_a tidak ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel fasilitas *pay later* secara signifikan mempengaruhi perilaku konsumtif dengan kata lain, ketika fasilitas *pay later* ini ditingkatkan dan jumlah pengguna bertambah, maka perilaku konsumtif juga akan meningkat.

Berdasarkan hasil dari uji F (Simultan) Gaya Hidup dan Fasilitas *PayLater* terhadap Perilaku Konsumtif menunjukkan bahwa perilaku konsumtif (Y) dalam bertransaksi menggunakan Shopee *PayLater* secara simultan dipengaruhi oleh variabel Gaya Hidup (X1) dan Fasilitas *PayLater* (X2)

SARAN

Sesuai dengan hasil penelitian, dapat diberikan rekomendasi yang diharapkan dapat menjadi pertimbangan dan informasi berguna bagi pengguna *Shopee PayLater* dan juga bagi pembaca yang tertarik untuk melakukan penelitian serupa. Berikut adalah beberapa saran yang bisa diajukan:

1. Bagi *Shopee PayLater*
 - a. Dalam riset ini pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna *Shopee PayLater* dalam melakukan transaksi

dipertimbangan dalam penelitian ini, salah satu item pernyataan variabel gaya hidup responden menjawab setuju bahwa “Saya akan Membeli Barang Baru Jika Saya akan Menghadiri Kegiatan dengan *Drasscode* tertentu” nilai rata-rata item pernyataan X1.1 paling rendah diantara item yang lainnya sebesar 3,38 maka Disarankan juga bagi Shopee untuk memberikan batasan pembelanjaan bagi pengguna Shopee PayLater agar tidak terjadi tunggakan pembayaran yang terus menerus bertambah dan dapat melakukan pembayaran *paylater* secara berkala.

- b. Dalam riset ini pengaruh fasilitas *paylater* terhadap perilaku konsumtif dari salah satu item pernyataan variabel fasilitas *paylater* responden menjawab setuju bahwa “Saya lebih memilih menggunakan fasilitas *Paylater* dalam transaksi pembayaran karena lebih praktis dan cepat diakses” nilai rata-rata item pernyataan X2.2 paling rendah sebesar 3,59 maka dari itu disarankan Shopee lebih mempertahankan kemudahan fitur dan kecepatan akses metode pembayaran *PayLater* dalam melaksanakan transaksi dimana saja dan kapan saja

2. Bagi Pengguna *Shopee PayLater*

Dalam riset ini pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna *Shopee PayLater* dalam melakukan transaksi, salah satu item pernyataan variabel gaya hidup

responden menjawab setuju bahwa “Saya akan Membeli Barang Baru Jika Saya akan Menghadiri Kegiatan dengan *Drasscode* tertentu” nilai rata-rata item pernyataan X1.1 paling rendah diantara item yang lainnya sebesar 3,38 maka disarankan bagi pengguna *Shopee Paylater* untuk tidak terlalu mengutamakan gaya hidup dengan selalu tergiur akan barang yang belum dimiliki dan menggunakan *paylater* dalam batas wajar agar tidak terjadi peningkatan tagihan *paylater*.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Seperti yang dapat dilihat dari hasil koefisien determinasi (R^2) 63,9% varians dapat dijelaskan oleh variabel bebas dan 36,1% dijelaskan oleh variabel dari luar riset. Riset ini diharapkan dapat berfungsi untuk referensi dan panduan dalam melakukan penelitian menggunakan variabel atau objek penelitian yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, Adi. (2023). **Tren Pengunjung E-commerce Kuartal III 2023, Shopee kian melesat.** Databoks.katadata.co.id [Internet], 24 November 2023. Available from: <<https://databoks.katadata.co.id/data-publish/2023/10/11/tren-pengunjung-e-commerce-kuartal-iii-2023-shopee-kian-melesat>> [Accessed 24 November 2023]
- Anggraeni, Ni. P.V., & Dharma, G.S. (2023). **Pengaruh Kemudahan, Risiko, Gaya Hidup, dan Kepercayaan Terhadap Perilaku**

- Konsumtif Pengguna Shopee Pay Later di Indonesia.** Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan (JPEK), Vol. 7(No.2), 625-639.
- Astuti, E. D. (2013). **Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga Di Kota Samarinda.** Jurnal Ilmiah Psikologi, Vol.1 (No.2)
- Bayu, Dimas. (2023). **Data Pengeluaran warga RI untuk belanja online pada semester 11/2023.** Dataindonesia.id [Internet], 31 Desember 2023. Available from: <<https://dataindonesia.id/ekonomi-digital/detail/data-pengeluaran-warga-ri-untuk-belanja-online-pada-semester-ii2023>> [Accessed 31 Desember 2023]
- Fatmawati, Naning. (2022). **E-commerce dan Perilaku Konsumtif.** Kediri: IAIN Kediri Press. Available from: [<https://repository.stkipgrilumajang.ac.id/id/eprint/212/10/JURNAL.pdf>] 14 Oktober 2023.
- Ghazali, Imam. (2018). **Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25.** Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghazali, Imam. (2021). **Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26.** Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghodang H & Hantono. (2020). **Metodologi Penelitian Kuantitatif (Konsep Dasar Dan Aplikasi Analisis Regresi Dan Jalur Dengan SPSS).** Medan: PT Penerbit Mitra Grup. Available from: <<https://books.google.co.id/>> [Accessed 8 Maret 2024)
- Hasanah, N., Anggraini, T., & Harahap, R. D. (2023). **Pengaruh Gaya Hidup, Media Sosial dan Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Konsumsi di Masa Pandemi Menurut Ekonomi Islam: Studi pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan.** MES Management Journal, Vol. 2(No.1), 1-13.
- Inspirasi Shopee. (2023). **PayLater: Pengertian, Keuntungan, dan Tips Menggunakannya.** Shopee.co.id [Internet], 24 November 2023. Available from: <<https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/apa-itu-paylater-adalah/>> [Accessed 24 November 2023]
- Islami, F., & Lubis, P. A. (2023). **Pengaruh Penggunaan E-Money Dan Sistem Pembayaran Shopee Pay Later Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Febi Uin Sulthan Thaha Saifuddin Jambi Dalam Perspektif Syariah.** INFOTECH journal, Vol. 9(No.2), 339-344.
- Julita, E., Idwal B., & Yustati, H. (2022). **Pengaruh Penggunaan Shopee Pay Later Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim.** Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol. 8(No.3), 2953-2957
- Kotler & Armstrong. (2012). **Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12, Jilid 1.** Jakarta: Erlangga.

- Logo shopee. (2024). [Online image]. Available from: <<https://id.pinterest.com/>> [Accessed 12 Mei 2024].
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., dkk. (2021). **Teori Perilaku Konsumen**. Pekalongan: NEM. Available from: [[https://repository.usd.ac.id/43512/1/7750_Ebook+Teori+Perilaku+Konsu men.pdf](https://repository.usd.ac.id/43512/1/7750_Ebook+Teori+Perilaku+Konsu%20men.pdf)] 14 Oktober 2023
- Paramita, Rizal, Sulistyani. (2021). **Metode Penelitian Kuantitatif Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen**. Lumajang: Widyagama Press.
- PDDikti. (2023). **Data Mahasiswa Aktif Tahun 2023**. PDDikti Kemendikbud [Internet].< https://pddikti.kemdikbud.go.id/data_mahasiswa/ >[Accessed 27 Februari 2024].
- Rahima, P., & Cahyadi, I. (2022). **Pengaruh Fitur Shopee Pay Later terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram**. Target: Jurnal Manajemen Bisnis, Vol.4 (No.1), 39-50.
- Rahmawati, G., & Mirati, E. (2022). **Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Pada Generasi Millenial**. In Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen PNJ (Vol. 3).
- Riatmaja, Dodi Setiawan & Wibawanto, Sigit. (2024). **Digital Entrepreneur: Mengukur Kesuksesan Dalam Era Digital**. Yogyakarta: CV Andi Offset. Available from: < <https://books.google.co.id/> > [Accessed 8 Maret 2024]
- Rini, Annisa Sulistyono. (2023). **Survei Populix: Shopee Paylater Terpopuler, Gopay dan Akulaku**. Bisnis.com [Internet], 31 Oktober 2023. Available from: < <https://finansial.bisnis.com/read/20231031/563/1709831/survei-populix-shopee-paylater-terpopuler-gopay-dan-akulaku-nomor-berapa> > [Accessed 8 Maret 2024]
- Saputra, V. R. J., & Sudarwanto, T. (2023). **Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Pay Later Masyarakat Kota Surabaya**. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), Vol. 11(No.2), 165-173.
- Sari, E, A., Latifah, I., Ararizki, M, A., dkk. (2023). **Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim**. Jurnal Indonesian Journal of Multidisciplinary (IJM). Vol.1(No1), 387-400.
- Sugiyono. (2022). **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D**. Bandung: Alfabeta.
- Umami, N., & Maryani. (2023). **Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Semester VIII Tahun Akademik 2021/2022**. Jurnal Penelitian Multidisiplin. Vol.1(No.9), 971-979.