

Pengaruh Kemudahan, Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater Pada Kecamatan Kepanjen

Muhammad Firdaus Zaki*)

Muhammad Ridwan Basalamah)**

Nanik Wahyuningtiyas*)**

Email: firdauszaki5758@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

This study seeks to assess how Ease of Use, Lifestyle, and Financial Literacy impact the decision-making process regarding the adoption of Shopee Paylater in the Kepanjen District. With a sample size of 80 respondents determined through Malhotra's formula, data collection involved distributing questionnaires to residents of Kepanjen District selected via purposive sampling. SPSS version 29 was utilized for data analysis, incorporating validity, reliability, normality, and classical assumption tests, along with multiple linear regression analysis, F-tests, T-tests, and coefficient of determination (R²) tests. The findings of this investigation reveal that Ease of Use, Lifestyle, and Financial Literacy significantly and positively influence Usage Decisions.

Keywords: *Ease of Use, Lifestyle, Financial Literacy, and Usage Decision*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah memberikan kemudahan dalam kehidupan sehari-hari, terutama dalam konteks bisnis, termasuk dalam industri E-commerce. Menurut Purnamasari et al., (2023) Internet juga berperan penting dalam mendukung pertumbuhan E-commerce dengan adanya banyak platform online yang memfasilitasi transaksi jual-beli secara elektronik. Hadirnya E-commerce telah membuat perubahan pada perilaku konsumen yang semula hanya berbelanja secara offline dengan datang langsung ke pusat perbelanjaan, pasar, maupun toko itu sendiri sekarang dapat dengan mudah dilakukan secara online di rumah. Perubahan perilaku masyarakat dapat diamati dari peningkatan minat dan kebiasaan berbelanja secara online. Dalam dunia perdagangan, kemajuan teknologi terlihat dalam upaya memenuhi kebutuhan konsumen melalui berbagai platform marketplace, di antaranya adalah Shopee.

Shopee menjadi salah satu marketplace yang paling disenangi oleh masyarakat. Menurut Databoks Katadata.co.id (2023) pada September 2023 situs Shopee tercatat menerima 237 juta kunjungan, melesat sekitar 38% dibanding posisi awal tahun (year-to-date/ytd). Dalam lingkungan E-commerce yang terus berkembang, terdapat revolusi penting dalam hal transaksi, khususnya melalui pemanfaatan inovasi anggaran (fintech). Shopee sebagai salah satu platform E-commerce memanfaatkan fintech dengan menghadirkan fitur Shopee Paylater. Shopee Paylater telah menjadikan proses berbelanja dan bertransaksi lebih mudah, menjadikannya semakin populer terutama di kalangan anak muda. Fitur "bayar nanti" ini memberikan kemudahan kepada banyak anak muda, pekerja, dan karyawan yang ingin membeli produk yang mereka inginkan atau butuhkan, namun belum memiliki dana yang cukup atau belum menerima gaji. Hal ini membuat sebagian masyarakat merasa terbantu oleh perkembangan teknologi dan merasa puas karena dapat memenuhi kebutuhan serta keinginan mereka, mulai dari berbelanja hingga berwisata. Inilah mengapa Shopee Paylater sangat begitu populer serta sangat digemari oleh kaum muda (Rahmawati & Mirati, 2022).

Keputusan penggunaan adalah tindakan yang diambil oleh individu, kelompok, atau organisasi

untuk memilih, membeli, dan menggunakan produk, jasa, ide, atau pengalaman sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka (Kotler dan Armstrong, 2016). Sehingga dapat dikatakan keputusan penggunaan *Paylater* adalah bagian dari perilaku seseorang yang memanfaatkan inovasi dari teknologi guna melakukan transaksi online untuk memuaskan kebutuhan serta keinginan mereka.

Menurut Jogiyanto (2007) Persepsi kemudahan penggunaan adalah keyakinan seseorang tentang seberapa mudahnya menggunakan suatu teknologi tanpa memerlukan usaha yang berlebihan. Hal ini mencerminkan keyakinan individu terhadap kemudahan dalam mengambil keputusan. Jika seseorang yakin bahwa suatu sistem informasi mudah digunakan, maka dia cenderung akan menggunakan sistem tersebut. Kemudahan dalam menggunakan *Paylater* mengacu pada tingkat kenyamanan dan kepraktisan dalam memanfaatkan layanan *Paylater* untuk melakukan transaksi pembayaran. Ini mencakup proses pendaftaran, penggunaan, serta pembayaran tagihan secara efisien dan tanpa kesulitan berarti bagi pengguna.

Menurut Alamanda (2018) Gaya hidup mengacu pada pola konsumsi yang mencerminkan pilihan individu terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk bagaimana mereka menggunakan waktu dan uang mereka. Gaya hidup mencerminkan keseluruhan identitas seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya. Terkadang sebagian orang ingin di akui eksistensinya bahkan mereka melakukan cara apapun untuk bisa menjadi bagian dari lingkungan tersebut. Mereka mengikuti mode yang sedang tren pada saat itu tetapi seiring berjalannya waktu mode tersebut juga ikut berubah, sehingga merasa tidak akan puas dengan apa yang telah mereka miliki yang mengakibatkan mereka mengonsumsi barang tanpa berpikir Panjang untuk membelinya.

Menurut Khofifa et al, (2022) Literasi keuangan mengacu pada pemahaman dan pengetahuan tentang keuangan yang penting bagi setiap individu untuk menghindari kesulitan keuangan dan mengelola keuangan mereka dengan baik. Pengambilan keputusan keuangan yang baik dan pengelolaan uang dengan bijaksana merupakan hal yang sangat penting untuk mencapai kehidupan yang sejahtera. Hal ini hanya dapat dicapai melalui pemahaman dan pengetahuan yang baik tentang keuangan, yang disebut sebagai literasi keuangan. Seseorang yang memiliki pemahaman tentang literasi keuangan akan menjadi konsumen yang cerdas dalam pengambilan keputusan pembelian atau penggunaan produk. Mereka cenderung mempertimbangkan manfaat serta potensi risiko atau kerugian yang terkait dengan pembelian produk tersebut dengan teliti sebelum membuat keputusan.

Berbagai manfaat dan kemudahan yang disediakan oleh Shopee, minat konsumen dalam menggunakan Shopee *Paylater* meningkat. Di Kecamatan Kepanjen, Kabupaten Malang, banyak masyarakat yang menggunakan layanan ini dalam setiap pembelian produk di Shopee karena merasa terbantu. Namun, penggunaan yang mudah juga dapat mendorong perilaku konsumtif, di mana konsumen cenderung membeli barang bukan karena kebutuhan, tetapi untuk memenuhi keinginan. Hal ini menunjukkan kurangnya pemahaman tentang literasi keuangan di kalangan masyarakat.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kemudahan, Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee *Paylater* Pada Kecamatan Kepanjen”.

Landasan Teori Dan Pengembangan Hipotesis Keputusan Penggunaan

Keputusan penggunaan menurut Kotler & Armstrong (2011) merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Keputusan menggunakan jasa merupakan bagian dari perilaku konsumen, di mana individu, kelompok, atau organisasi mengevaluasi dan memilih dari berbagai opsi yang tersedia, lalu memutuskan opsi mana yang dianggap paling menguntungkan. Proses ini dikenal sebagai evaluasi informasi.

Kehadiran inovasi dalam teknologi pembayaran, seperti *Paylater*, meningkatkan kemampuan

konsumen untuk membuat keputusan pembelian dengan lebih efisien dan praktis. Ini memberikan konsumen opsi yang mudah dan efektif untuk melakukan transaksi online guna memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Dengan demikian, keputusan untuk menggunakan *Paylater* merupakan bagian dari perilaku konsumen yang mengadopsi inovasi teknologi untuk keperluan transaksi daring (Amal, 2021).

Kemudahan

Kemudahan adalah keyakinan individu bahwa menggunakan suatu teknologi tidak memerlukan upaya yang besar. Penggunaan yang mudah diakses, dipahami dengan cepat, sederhana, dan operasional yang simpel adalah ciri-ciri dari kemudahan penggunaan (Widiyanti, 2020). Kemudahan menjelaskan bahwa apabila suatu teknologi mudah digunakan, maka pengguna akan cenderung untuk menggunakan teknologi tersebut.

Gaya Hidup

Gaya hidup adalah karakteristik dari kehidupan seseorang yang tercermin dalam aktivitas, minat, dan pendapatnya, yang mencerminkan identitas individu tersebut saat berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya. Gaya hidup mencakup upaya untuk mengekspresikan diri dan membedakan diri dari kelompok lain dengan cara tertentu (Kotler, 2016).

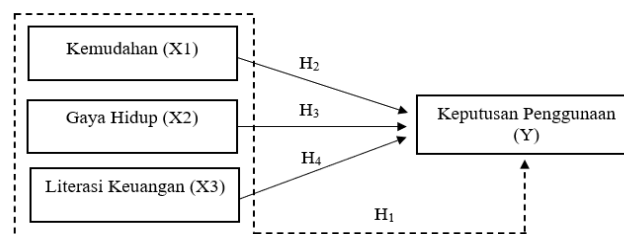
Menurut Mien dan Thao (2015) Generasi muda zaman sekarang mengalami pertumbuhan dan perkembangan dalam budaya hutang yang dipengaruhi oleh gaya hidup mewah dan ketersediaan fasilitas kredit yang mudah. Generasi milenial cenderung mengadopsi gaya hidup yang tinggi karena pada usia tersebut, mereka sering ingin mencoba hal-hal baru, terutama dalam hal produk dan jasa yang belum pernah mereka coba sebelumnya.

Literasi Keuangan

Literasi keuangan menurut Indahyani & Dewi (2021) Merupakan gabungan keterampilan dan pengetahuan yang dapat memengaruhi sikap dan tindakan seseorang dalam mengambil keputusan yang bijak dalam mengelola keuangan untuk meningkatkan kesejahteraan hidup. Literasi keuangan merupakan kemampuan masyarakat dalam mengelola keuangan mereka, yang didasarkan pada pengetahuan dan keterampilan dasar.

Kerangka Konseptual

Hasil penelitian terdahulu dapat disimpulkan dengan disusunnya kerangka konsep padapenelitian ini sebagai berikut:



Keterangan:

—————▶ : Parsial

- - - - -▶ : Simultan

Hipotesis

H1: Kemudahan, Gaya Hidup dan literasi Keuangan berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Penggunaan.

H2: Kemudahan berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Penggunaan.

H3: Gaya Hidup berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Penggunaan.

H4: Literasi Keuangan berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Penggunaan.

Populasi dan Sampel

Pada penelitian ini populasi yang digunakan adalah Masyarakat Kecamatan kepanjen dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Karena jumlah populasi yang tidak diketahui maka sampel ditentukan dengan menggunakan rumus malhotra, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu minimal 80 sampel ($16 \text{ indikator} \times 5 = 80$).

Definisi Operasional Variabel

1. Keputusan penggunaan, seperti memilih layanan *Paylater* dalam konteks teknologi pembayaran, adalah bagian penting dari perilaku konsumen. Inovasi seperti *Paylater* memberikan konsumen opsi yang lebih efisien dan praktis dalam melakukan transaksi daring, mencerminkan adaptasi konsumen terhadap teknologi baru untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.

Berikut indikator Keputusan Penggunaan menurut Kotler (2005) yaitu sebagai berikut:

1. Pembelian produk
2. Pembelian merek
3. Pemilihan saluran pembelian
4. waktu pembelian

2. Kemudahan penggunaan teknologi merupakan keyakinan individu bahwa penggunaan suatu teknologi tidak memerlukan upaya yang besar. Hal ini terwujud melalui akses mudah, pemahaman cepat, kesederhanaan, dan operasional yang simpel. Kemudahan penggunaan mengurangi upaya individu dalam mempelajari sistem atau teknologi, mendorong preferensi pengguna terhadap teknologi yang mudah diakses dan dipahami.

Berikut indikator Kemudahan menurut Venkatesh dan Davis (2003):

1. Sistem mudah dimengerti
2. Praktis dalam Penggunaan
3. Sistem mudah digunakan
4. Sistem mudah dijangkau

3. Gaya hidup merupakan karakteristik dari kehidupan seseorang yang tercermin dalam aktivitas, minat, dan pendapatnya, serta mencerminkan identitas individu saat berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya. Hal ini mencakup cara seseorang mengekspresikan diri dan membedakan diri dari kelompok lain. Generasi milenial cenderung mengadopsi gaya hidup yang tinggi, dipengaruhi oleh budaya hutang dan ketersediaan fasilitas kredit yang mudah, karena pada usia tersebut mereka cenderung ingin mencoba hal-hal baru, termasuk produk dan jasa yang belum pernah mereka coba sebelumnya.

Berikut indikator Gaya Hidup menurut Kotler & Keller (2016) yaitu:

1. Gaya aktivitas
2. Minat
3. Pendapat

4. Literasi keuangan merupakan kombinasi antara pengetahuan dan keterampilan yang memengaruhi sikap dan tindakan seseorang dalam mengambil keputusan finansial yang bijak untuk meningkatkan kesejahteraan hidup. Tingkat literasi keuangan yang rendah dapat mengakibatkan kesulitan dalam mengatur keuangan pribadi dan berpotensi merugikan dalam pengambilan keputusan finansial.

Berikut indikator Literasi Keuangan menurut Rahmayanti, et al (2019) yaitu:

1. Pengetahuan dasar keuangan
2. Tabungan dan Pinjaman
3. Asuransi
4. Investasi

Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas, dapat dilihat bahwa r hitung seluruh pernyataan lebih besar daripada r tabel. Maka dapat dikatakan seluruh pernyataan pada variabel Kemudahan, Gaya Hidup, Literasi Keuangan Dan Keputusan Penggunaan dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Berdasarkan dari uji reliabilitas, diketahui bahwa variabel Kemudahan mempunyai nilai *Cronbach's alpha* $0,700 > 0,60$, variabel Gaya Hidup mempunyai nilai *Cronbach's alpha* sebesar $0,732 > 0,60$, variabel Literasi Keuangan mempunyai nilai *Cronbach's alpha* sebesar $0,619 > 0,60$, dan variabel Keputusan Penggunaan mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* $0,629 > 0,60$, sehingga setiap variabel dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas

Dalam uji normalitas apabila nilai Sig (2-tailed) $> 0,05$ maka data yang terdistribusi dapat dikatakan normal. Dalam penelitian ini, Sig. (2-tailed) bernilai $0.200 > 0,05$ maka data pada penelitian ini dapat dikatakan terdistribusi normal.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinieritas

Hasil uji multikolinieritas menyatakan bahwa variabel Kemudahan memiliki nilai VIF sebesar $1,225 < 10$, variabel Gaya Hidup memiliki nilai VIF sebesar $1,614 < 10$, sedangkan variabel Literasi Keuangan memiliki nilai VIF $1,514 < 10$, maka dapat diartikan semua variabel independen dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Pada uji heteroskedastisitas, apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka variabel tersebut dinyatakan terhindar dari gejala heteroskedastisitas. Pada penelitian ini, nilai signifikansi variabel Kemudahan bernilai $0,683 > 0,05$, variabel Gaya Hidup memiliki nilai signifikansi $0,276 > 0,05$, variabel Literasi Keuangan memiliki nilai signifikansi $0,161 > 0,05$. Maka dikatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Pada analisis regresi linier berganda menyatakan bahwa pada variabel Kemudahan, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan berpengaruh signifikan positif. Maka dapat diartikan bahwa Kemudahan, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan apabila meningkat maka Keputusan Penggunaan akan mengalami peningkatan.

Uji Hipotesis

Uji F

Tabel 1. Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	152.025	3	50.675	33.850
	Residual	113.775	76	1.497	
	Total	265.800	79		
a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan					
b. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan, Kemudahan, Gaya Hidup					

Sumber: Data Primer (2024)

Dari hasil uji F di atas dapat dinyatakan bahwa nilai signifikan sebesar $0,001$ yang artinya lebih kecil dari $0,05$, hal ini menunjukkan bahwa Kemudahan, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan

berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Penggunaan Shopee *Paylater* pada Kecamatan Kepanjen.

Uji t

Tabel 2. Hasil Uji t

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients		
1	(Constant)	9.761	1.905		5.124	0.001
	Kemudahan	0.440	0.102	0.357	4.297	0.001
	Gaya Hidup	0.658	0.132	0.475	4.978	0.001
	Literasi Keuangan	0.734	0.088	0.769	8.328	0.001

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Sumber: Data Primer (2024)

Kemudahan (X1)

Pada variabel Kemudahan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,001 yang dimana lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat dinyatakan bahwa Kemudahan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Shopee *Paylater* pada kecamatan Kepanjen.

Gaya Hidup (X2)

Pada variabel Gaya Hidup memiliki nilai signifikansi sebesar 0,001 yang dimana lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat dinyatakan bahwa Gaya Hidup berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Shopee *Paylater* pada kecamatan Kepanjen.

Literasi Keuangan (X3)

Pada variabel Literasi Keuangan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,001 yang dimana lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat dinyatakan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Shopee *Paylater* pada kecamatan Kepanjen.

Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil dari uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa Adjusted R Square (R²) atau koefisien determinasi menunjukkan nilai sebesar 0,555 atau 55,5%. Menunjukkan bahwa variabel Kemudahan, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan mempengaruhi variabel Keputusan Penggunaan sebesar 55,5%. Sedangkan selebihnya 44,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

Pembahasan

1. Pengaruh Kemudahan, Gaya hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Penggunaan

Berdasarkan hasil perhitungan yang didapat pada uji F menunjukkan bahwa hubungan kemudahan, gaya hidup dan literasi keuangan terhadap keputusan penggunaan berpengaruh secara simultan. Maka didapat dinyatakan pengujian ini menunjukkan bahwa H1 diterima.

Masyarakat cenderung menggunakan layanan Shopee *Paylater* saat ada penawaran diskon atau promo khusus. Untuk meningkatkan adopsi layanan ini, strategi pemasaran yang menekankan penawaran khusus sangat penting. Namun, perlu juga memastikan bahwa pengguna menggunakan layanan ini secara bertanggung jawab untuk menghindari masalah keuangan di masa mendatang.

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan (Ramadhan dkk, 2023) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, gaya hidup dan literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan QRIS.

2. Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan

Berdasarkan hasil perhitungan yang didapat pada uji t terdapat hubungan Kemudahan terhadap Keputusan Penggunaan berpengaruh secara parsial. Maka dapat dinyatakan pengujian ini menunjukkan bahwa H2 diterima. Berarti jika Kemudahan meningkat maka Keputusan

Penggunaan juga akan meningkat.

Masyarakat Kecamatan Kepanjen menganggap Shopee *Paylater* lebih mudah diakses daripada platform lainnya, yang merupakan faktor penting dalam keputusan penggunaannya. Hal ini menunjukkan keberhasilan Shopee dalam menyediakan platform yang ramah pengguna, meningkatkan kenyamanan dan penerimaan layanan. Perusahaan perlu mempertahankan dan meningkatkan ketersediaan layanan ini untuk memastikan kemudahan akses tetap terjaga bagi pengguna.

Penelitian didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Ardi (2022). Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa Kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmadhani (2024). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan.

3. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Penggunaan

Berdasarkan hasil perhitungan yang didapat pada uji t terdapat hubungan Gaya Hidup terhadap Keputusan Penggunaan berpengaruh secara parsial. Maka dapat dinyatakan pengujian ini menunjukkan bahwa H3 diterima. Jika Gaya Hidup meningkat maka Keputusan Penggunaan juga akan meningkat.

Shopee *Paylater* berhasil menarik pengguna karena memberikan solusi yang nyaman untuk membantu pembayaran dalam belanja online. Ini menunjukkan bahwa layanan tersebut sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pengguna dalam konteks belanja online. Untuk mempertahankan minat dan kepercayaan pengguna, perusahaan perlu terus mempertahankan serta meningkatkan kenyamanan layanan ini.

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Bachtiar dan Muchtasib (2022). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel gaya hidup secara parsial terdapat pengaruh terhadap keputusan penggunaan *Paylater Paylater*. Begitu juga pada penelitian yang dilakukan oleh Zahra dkk (2023). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel gaya hidup mempunyai pengaruh mediasi parsial terhadap variabel keputusan penggunaan.

4. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Penggunaan

Berdasarkan hasil perhitungan yang didapat pada uji t terdapat hubungan Literasi Keuangan terhadap Keputusan Penggunaan berpengaruh secara parsial. Maka dapat dinyatakan pengujian ini menunjukkan bahwa H4 diterima. Jika Literasi Keuangan meningkat maka Keputusan Penggunaan juga akan semakin meningkat.

Menurut warga Kecamatan Kepanjen, lebih banyak yang memilih menggunakan uang untuk investasi jangka panjang daripada memanfaatkan Shopee *Paylater* untuk berbelanja. Mayoritas responden cenderung mengelola dana mereka dengan bijaksana untuk investasi jangka panjang, daripada mengambil utang dengan menggunakan layanan kredit seperti Shopee *Paylater* untuk kebutuhan belanja. Hal ini menunjukkan kesadaran yang tinggi akan pengelolaan keuangan yang baik dan kehati-hatian dalam menggunakan layanan kredit, serta pentingnya mempertimbangkan pilihan investasi yang menguntungkan dalam jangka panjang.

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Prazadhea dan Afiq (2023). Hasil penelitian ini menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan Shopee *Paylater* dengan arah negatif. Pada penelitian yang dilakukan oleh Hidayanti dkk (2023). Hasil penelitian ini menyatakan Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan penggunaan.

Kesimpulan, Keterbatasan Dan Saran

Kesimpulan

1. Kemudahan, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Shopee *Paylater* pada Kecamatan Kepanjen.
2. Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Shopee *Paylater*

pada Kecamatan Kepanjen.

3. Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Shopee *Paylater* pada Kecamatan Kepanjen.
4. Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Shopee *Paylater* pada Kecamatan Kepanjen.

Keterbatasan

1. Keterbatasan waktu, biaya dan tenaga sehingga membuat penelitian ini kurang maksimal.
2. Keterbatasan pengetahuan penulis dalam membuat dan menyusun tulisan ini, sehingga perlu diuji kembali keandalannya di masa depan.

Saran

1. Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan dan referensi untuk penelitian selanjutnya. Diharapkan peneliti berikutnya mempertimbangkan lokasi yang berbeda sebagai objek penelitian.
2. Peneliti berikutnya disarankan untuk menambahkan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan penggunaan.

Referensi

- Alamanda, Y. (2018). Pengaruh harga diri dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 6(2), 273-279.
- Amal, M. I. (2021). Pengaruh Persepsi Risiko Riba Terhadap Niat Menggunakan Layanan.
- Ardi, A. S. (2022). Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee *Paylater* (Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa).
- Bachtiar, T. S., & Muchtasib, A. B. (2022). Pengaruh Pengetahuan Riba, Motivasi Konsumen dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Penggunaan *Paylater* dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Generasi Milenial Muslim Pengguna Shopee*Paylater* di Jabodetabek). In *Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen PNJ* (Vol. 3).
- Hidayanti, N., Wiryaningtyas, D. P., Ariyantiningasih, F., & Ciptasari, A. D. W. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee *Paylater* Melalui *Financial Technology* Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Abdurachman Saleh Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2(7), 1471-1489.
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/11/pengunjung-Shopee-makin-banyakbagaimanaE-commerce-lain>
- Indahyani, K. (2021). Pengaruh Nilai Harga, Literasi Keuangan Dan Kemampuan Finansial Terhadap Minat Penggunaan Dompot Digital (Shopeepay) Dalam Transaksi Keuangan (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha) (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Ganesha).
- Jogiyanto, H. M. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan (Revisi)*. Yogyakarta: Andi.
- Khofifah, A., Wahyuni, I., & Subaida, I. (2022). Pengaruh Financial Technology Terhadap Perilaku Keuangan Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Abdurachman Saleh Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(3), 523-537.
- Kotler, P. (2005). *Marketing Management* 11th ed, jilid 1 & 2 (terjemahan). Indeks, Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*, New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Mien, N. T. N., & Thao, T. P. (2015, July). *Factors affecting personal financial management behaviors: Evidence from Vietnam*. In *Proceedings of the Second Asia-Pacific Conference on Global Business, Economics, Finance and Social Sciences (AP15Vietnam Conference)* (Vol. 10, No. 5, pp. 1-16).
- Prazadhea, A. A. (2023). Pengaruh literasi keuangan, perilaku keuangan, kemudahan dan manfaat

akses terhadap keputusan penggunaan Shopee *Paylater* pada mahasiswa PTN di Malang (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).

- Purnamasari, I., & Suryandari, R. T. (2023). *Effect of e-service quality on e-repurchase intention in Indonesia online shopping: e-satisfaction and e-trust as mediation variables*. *European Journal of Business and Management Research*, 8(1), 155-161.
- Rahmadhani, V., Rianto, M. R., Woestho, C., Bukhari, E., & Widjanarko, W. (2024). *Influence of Financial Knowledge and Perceived Ease on User Decisions Through Shopee Paylater User Interest*. *BUSINESS: Scientific Journal of Business and Entrepreneurship*, 2(1), 56-68.
- Rahmawati, G., & Mirati, E. (2022). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee *Paylater* pada generasi millennial. In *Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen PNJ* (Vol. 3).
- Rahmayanti, W., Nuryani, H. S., & Salam, A. (2019). Pengaruh sikap keuangan dan perilaku keuangan terhadap literasi keuangan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1).
- Ramadhan, D., Asri, H. R., Gisijanto, H. A., Hartanti, N. D., & Setyarini, E. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Digital Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS pada Generasi Muda. *Revenue: Lentera Bisnis Manajemen*, 1(04), 162-170.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). *User acceptance of information technology: Toward a unified view*. *MIS quarterly*, 425-478.
- Widiyanti, W. (2020). Pengaruh kemanfaatan, kemudahan penggunaan dan promosi terhadap keputusan penggunaan e-wallet ovo di Depok. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 7(1), 54-68.
- Zahra, H. M. A. R., Kanto, D. S., & Bastaman, A. (2023). *The Influence Of Advertising Appeals, Lifestyle And Celebrity Endorser On The Decision To Use The Digital Kredivo Credit Platform With Brand Image As An Intervening Variable*. *Jurnal Ekonomi*, 12(04), 830-838

Muhammad Firdaus Zaki*) Adalah Mahasiswa FEB Unisma

Muhammad Ridwan Basalamah**) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Nanik Wahyuningtiyas***) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma