

# Pengaruh Penggunaan Fitur *Shopee Pay Later* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FKIP Universitas Muhammadiyah Bengkulu

## The Influence Of *Shopee Pay Later* Usage On The Consumptive Behavior Of FKIP Students At Universitas Muhammadiyah Bengkulu

Nurdiah Ririn Lestari<sup>1)</sup>; Suharmi<sup>2)</sup>; Ade Irma Suryani<sup>3)</sup>  
<sup>1,2,3)</sup> Universitas Muhammadiyah Bengkulu

Email: <sup>1)</sup> [nurdiahririn093@gmail.com](mailto:nurdiahririn093@gmail.com) ; <sup>2)</sup> [suharmi@umb.ac.id](mailto:suharmi@umb.ac.id) ; <sup>3)</sup> [adeirmasuryani@umb.ac.id](mailto:adeirmasuryani@umb.ac.id)

### How to Cite :

Lestari, R. N., Suharmi, Suryani, I., A. (2025). Pengaruh Penggunaan Fitur *Shopee Pay Later* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FKIP Universitas Muhammadiyah Bengkulu. *Journal of Multidisciplinary Research*. 1(4). DOI: <https://doi.org/10.70963/jmr.v1i4>

### ARTICLE HISTORY

Received [10 June 2025]

Revised [15 July 2025]

Accepted [19 July 2025]

### KEYWORDS

*Shopee PayLater Usage, Consumptive Behavior, and Students.*

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui Penggunaan *Shopee Paylater* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Shopee Paylater* adalah metode pembayaran dalam bentuk pinjaman instan yang dapat memberi kemudahan dengan barang dapat diterima terlebih dahulu namun pembayaran dapat menyusul dibulan depan atau dengan cicilan. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang menjelaskan pengaruh penggunaan *shopee paylater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Data diperoleh dari penyebaran kuisisioner dikalangan mahasiswa dengan jumlah sebanyak 37 Responden. Hasil pengujian hipotesis diperoleh angka signifikansi (sig) sebesar 0,001. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan pada uji hipotesis ini karena angka signifikansi > 0,05 Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis  $H_a$  yang menyatakan penggunaan *shopee paylater* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa diterima. Sedangkan  $H_o$  ditolak, berarti tidak dapat pengaruh penggunaan *shopee paylater* (X) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Y).

### ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the influence of *Shopee PayLater* usage on students' consumptive behavior. *Shopee PayLater* is a payment method in the form of an instant loan that allows users to receive goods first and make payments later, either in the following month or through installments. This study employs a quantitative approach to examine how *Shopee PayLater* usage affects students' consumptive behavior. Data were collected through questionnaires distributed to 37 student respondents. The results of the hypothesis testing showed a significance value (sig) of 0.001. This indicates a significant relationship, as the significance value is less than 0.05. Therefore, it can be concluded that the alternative hypothesis ( $H_a$ ), which states that *Shopee PayLater* usage has a positive effect on students' consumptive behavior, is accepted. Conversely, the null hypothesis ( $H_o$ ) is rejected, indicating that *Shopee PayLater* usage (X) indeed influences students' consumptive behavior (Y).

## PENDAHULUAN

Saat ini berbelanja merupakan suatu kegiatan yang lumrah bahkan dapat dilakukan secara online melalui berbagai toko di suatu aplikasi. Tersedianya aplikasi belanja online semakin memudahkan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Semua produk yang ada di pasaran mudah diakses dimana saja dan kapan saja hanya dengan koneksi internet. Alat pembayaran dalam ekonomi modern pertukaran barang dan jasa begitu cepat sehingga memerlukan ketersediaan sistem pembayaran yang handal yang memungkinkan pembayaran lebih cepat, efisien, dan aman. "Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sekarang ini menyebabkan terjadinya perubahan sosial, ekonomi, dan budaya secara

signifikan yang berlangsung demikian cepat, membuat dunia menjadi tanpa batas, seperti kemajuan teknologi memudahkan penggunaannya untuk berkomunikasi serta akses internet menjadi mudah dan cepat, dimanapun dan kapanpun, bukan hanya sebagai hiburan, namun juga dijadikan sebagai salah satu media berbelanja, pembelajaran, pekerjaan dan banyak hal lainnya (Dermawan dan Akmal,2020:39)". Maka dari itu, banyak yang menggunakan aplikasi shopee untuk belanja online dan membeli produk-produk yang kekinian.

## LANDASAN TEORI

### Teori

"Aplikasi Shopee mengeluarkan fitur yang sangat membantu orang dalam bertransaksi yakni Shopee Pay Later atau biasa disingkat (Spay Later) yang sistem pembayarannya bukan cash and carry, melainkan dengan sistem Buy Now Pay Later sesuai kesepakatan awal antara Shopee dan konsumen (Putri dan Iriani:2020)". Semua smartphone bisa mendownload aplikasi shopee dan punya fitur Shopee Pay Later ini di smartphone/handphone mereka, akan tetapi tidak semua bisa mengakses pada fitur Spay Later ini apabila tidak melalui proses aktivasi terlebih dahulu. Proses Aktivasi Spay Later biasanya menggunakan KTP, scan wajah, dan pengisian data diri setelah itu tunggu 2x24 jam kerja untuk proses aktivasi dan SPayLater hanya dapat diaktifkan oleh Pengguna terpilih melalui aplikasi Shopee. Jika terpilih, pengguna aplikasi shopee akan mendapatkan notifikasi untuk mengaktifkan SPayLater. Banyaknya penawaran dalam fitur ini dan kepuasan terhadap produk yang sudah dibeli maka dapat menimbulkan tindakan atau perilaku seseorang untuk dapat berbelanja lebih sering dan bahkan dalam jumlah yang banyak/berlebihan.

Perilaku konsumtif adalah suatu perilaku atau tindakan yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional. Pengertian ini sejalan dengan pandangan peneliti sebelumnya yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif melekat pada seseorang apabila orang tersebut membeli sesuatu diluar kebutuhan yang rasional, fitur ini memberikan kemudahan untuk melakukan transaksi pembelian dengan melakukan pembayaran dikemudian hari serta proses pengajuan dan penggunaannya yang praktis. Penawaran yang menarik seperti adanya diskon banyak membuat anak remaja apalagi mahasiswa cenderung belanja online bahkan belanja sesuatu yang tidak didasarkan pada faktor kebutuhannya.

Mahasiswa FKIP Universitas Muhammadiyah Bengkulu menjadi salah satu target pasar dari adanya kemajuan teknologi. Pada kalangan Mahasiswa biasanya memiliki uang saku yang biasa digunakan untuk berbelanja makanan, minuman, pakaian dan lainnya sesuai dengan kebutuhannya masing-masing. Kalangan mahasiswi biasanya yang paling banyak menyisihkan uang saku perbulan untuk berbelanja pada aplikasi shopee seperti membeli skincare, rok, jilbab, tas, sepatu dan lainnya. Bahkan tak jarang pula banyak Mahasiswa yang tergoda untuk membeli barang dengan harga yang mahal hanya karena tertarik dengan design barang tersebut atau karena gengsi.

Berdasarkan pengamatan peneliti selama berkuliah di Universitas Muhammadiyah Bengkulu ada beberapa teman-teman peneliti yang sering belanja online termasuk peneliti sendiri, tetapi peneliti ingin mengetahui lebih dalam seberapa besar keinginan mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan gaya hidupnya perbulan dengan menggunakan fitur Spay Later. Peneliti hanya akan meneliti mahasiswa yang mempunyai aplikasi shopee, tetapi menggunakan fitur Shopee Paylater saja. Bahkan terkadang mahasiswa hanya ingin melihat-lihat Aplikasi Shopee ini namun karena timbulnya rasa keinginan yang tiba-tiba mau membeli suatu barang tanpa merencanakannya terlebih dahulu (impulsive buying).

Perilaku konsumen Sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor yang ada diluar diri manusia (eksternal) dan faktor-faktor yang ada di dalam diri manusia (internal). Faktor eksternal yang utama adalah faktor kebudayaan dan sosial, sedangkan faktor internal yang utama adalah faktor pribadi dan psikologis. Seorang konsumen tidak hanya menginginkan satu macam saja, tetapi ia membutuhkan banyak dan beragam barang. Tiap-tiap macam barang itu ada gunanya bagi konsumen yang bersangkutan, ada barang yang gunanya tinggi, ada yang gunanya sedang, dan sebaliknya juga ada yang gunanya rendah. Analisis perilaku konsumen dengan pendekatan cardinal menggunakan asumsi bahwa kepuasan seorang konsumen dalam mengkonsumsi suatu barang dapat diukur dengan satuan kepuasan yang akan diperoleh konsumen tersebut dalam jumlah tertentu. Tambahan kepuasan yang diperoleh dari penambahan jumlah barang yang dikonsumsi ini disebut kepuasan marginal. Menurut Margono (2004) hipotesis berasal dari kata "hypo" yang artinya kurang dari dan tesis atau "thesis" yang artinya pendapat. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis adalah suatu pendapat yang bersifat belum final atau belum bisa dikatakan sebagai suatu tesis.

Terdapat banyak penawaran yang menarik dan kekinian dalam penggunaan fitur ini sehingga mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa untuk lebih sering berbelanja, seperti tergoda oleh promosi penjualan yang menarik serta metode pembayaran yang ditawarkan dapat dibayar nanti membuat

mahasiswa suka belanja online dengan menggunakan fitur ‘beli sekarang bayar nanti’ (Nurdiah, 2025). Dengan demikian, penelitian ini bermaksud untuk melakukan pengkajian mengenai “Pengaruh Penggunaan Fitur Shopee Pay Later Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FKIP Universitas Muhammadiyah Bengkulu

## METODE PENELITIAN

### Metode Analisis

Metode yang digunakan adalah Penelitian ini menerapkan metode deskriptif kuantitatif dengan menggunakan kuisisioner berformat pilihan ganda menggunakan skala Likert 1-5. Kuisisioner menjadi alat ukur dalam penelitian ini, kuisisioner akan dibagikan dan disebar kepada mahasiswa FKIP Universitas Muhammadiyah Bengkulu untuk mengumpulkan data dan mengolah data agar kedua variabel dapat diketahui hasilnya. Kuisisioner berisi serangkaian pertanyaan terstruktur yang dirancang untuk mengumpulkan informasi dari responden.

Kuisisioner berisi 10 item pertanyaan untuk variabel (X) dan 10 item pertanyaan untuk variabel (Y). Peneliti akan membuktikan sesuai atau tidaknya hipotesa yang telah diteliti. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu ; Analisis Regresi Linear Sederhana.

$$Y = a + b.X$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen/terikat (Perilaku Konsumtif)

a = konstantan

b = koefisien regresi yang distandarisasikan variabel X

X = Variabel bebas/independen (Penggunaan Fitur *Shopee Paylater*)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

**Tabel 1. Sampel Penelitian**

No	Prodi/Semester	Distribusi Jumlah	Jumlah
1.	Pendidikan Ekonomi (2021/2022)	34	7
2.	Pendidikan Pancasila & Kewarganegaraan (2021/2022)	30	6
3.	Pendidikan Bahasa & Sastra Indonesia (2021/2022)	49	10
4.	Pendidikan Bahasa Inggris (2021/2022)	22	4
5.	Pendidikan Biologi (2021/2022)	26	5
6.	Pendidikan Matematika (2021/2022)	24	5
	Total	185	37

Sumber : data staff FKIP-UMB

Tabel di atas merupakan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yang dimana dari 6 Prodi sampel disesuaikan dengan karakteristik yang dimana Prodi Pendidikan Ekonomi terdiri dari 34 Mahasiswa yang menggunakannya hanya 7 orang, Prodi Ppkn terdiri dari 30 Mahasiswa yang menggunakannya 6 orang, Prodi Pbsi terdiri dari 49 Mahasiswa yang menggunakannya hanya 10 orang, Prodi pendidikan Bahasa Inggris terdiri dari 22 Mahasiswa yang menggunakannya 4 orang, Prodi Pendidikan Biologi terdiri dari 26 Mahasiswa yang menggunakannya 5 orang, dan Prodi Pendidikan Matematika terdiri dari 24 Mahasiswa yang menggunakannya 5 orang, Jadi dari keseluruhan Mahasiswa FKIP yaitu 185 yang menjadi sampel sesuai karakteristik responden hanya 37 orang.

Tabel 2 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients <sup>a</sup>						
	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-90,755	,850		-106,749	,001
	Penggunaan fitur <i>Shopee Pay Later</i>	1,818	,008	,076	237,782	,001

Sumber : Data diolah peneliti tahun 2025

Hasil uji *Coefficients* menunjukkan bagaimana variabel independen, dalam hal ini Penggunaan Fitur *Shopee Pay Later* (X) mempengaruhi Perilaku Konsumtif yang merupakan variabel dependen (Y).

- Konstan sebesar -90,755 berarti bahwa jika penggunaan fitur *Shopee Pay Later* (X) nilainya nol, maka perilaku konsumtif (Y) mahasiswa FKIP Universitas Muhammadiyah Bengkulu akan menjadi -90,755.
- Koefisien 1,818 : digunakan untuk mengalikan suatu variable, menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam penggunaan *Shopee Pay Later* berhubungan dengan peningkatan Perilaku Konsumtif sebesar 1,818 unit. Ini menunjukkan pengaruh positif, artinya semakin sering seseorang menggunakan fitur ini, semakin tinggi perilaku konsumtif yang ditunjukkan.

Berdasarkan hasil uji *Coefficients* ini, dapat disimpulkan bahwa Penggunaan fitur *Shopee Pay Later* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Semakin sering mahasiswa menggunakan fitur *Shopee Pay Later*, semakin tinggi perilaku konsumtif yang ditunjukkan. Hal ini dapat dilihat dari koefisien positif sebesar 1,818, yang berarti setiap peningkatan satu unit dalam penggunaan *Shopee Pay Later* meningkatkan perilaku konsumtif sebesar 1,818 unit.

Tabel 3 Hasil Uji f

ANOVA <sup>a</sup>						
	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1613,772	1	1613,772	56540,195	,001 <sup>b</sup>
	Residual	,228	36	,029		
	Total	1614,000	37			
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif						
b. Predictors: (Constant), Penggunaan fitur <i>Shopee Pay Later</i>						

Sumber : Data diolah peneliti tahun 2025

Berdasarkan hasil analisis ANOVA, model regresi yang menguji pengaruh penggunaan fitur *Shopee PayLater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu menunjukkan hasil yang signifikan. Diperoleh F-hitung sebesar 56,540 dan F-tabel 4,113 dengan signifikansi 0,001. Oleh karena f-hitung > f-tabel (56,540 > 4,113) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,005.

Maka hal tersebut membuktikan bahwa H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima artinya penggunaan *Shopee PayLater* memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan fitur ini memiliki dampak yang signifikan dalam meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa FKIP Universitas Muhammadiyah Bengkulu.

**Tabel 4 Hasil Uji t**

Coefficients <sup>a</sup>						
	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-90,755	,850		-106,749	,001
	Penggunaan fitur <i>Shopee Pay Later</i>	1,818	,008	,076	237,782	,001

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Data diolah peneliti tahun 2025

- Nilai T (T-value): Nilai T menguji apakah koefisien secara signifikan berbeda dari 0. Dalam hal ini: Nilai T untuk koefisien pertama adalah -106,749, yang sangat besar dalam nilai absolutnya, menunjukkan bahwa prediktor pertama sangat signifikan dalam menjelaskan variasi pada Perilaku Konsumtif. Nilai T untuk koefisien kedua adalah 237,782, yang juga sangat besar dan menunjukkan hubungan yang signifikan.
- Tingkat Signifikansi (Sig.): Nilai Sig. menunjukkan probabilitas bahwa koefisien tersebut berbeda dari nol secara kebetulan. Jika Sig. < 0,05, maka koefisien dianggap signifikan secara statistik. Kedua koefisien memiliki nilai p = 0,001, yang menunjukkan bahwa keduanya signifikan secara statistik pada tingkat 0,05.
- Hasil pengujian untuk variabel penggunaan fitur *shopee pay later* Dengan tingkat kesalahan 0,05 dan *degree of freedom* (df) = n-k, dimana n adalah jumlah variabel independent, maka df = 37-1 yaitu sebesar 36. Dengan df adalah 36 maka t-tabel adalah 2,028. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel, diketahui t-hitung sebesar 237,782 lebih besar dari t-tabel sebesar 2,028 dengan signifikansi 0,001. Oleh karena t-hitung > t-tabel (237,782 > 2,028) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,005. Maka hal tersebut membuktikan bahwa H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima artinya penggunaan *Shopee PayLater* memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Menegaskan bahwa kedua variabel tersebut memiliki pengaruh yang sangat signifikan secara statistik. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kedua variabel independen tersebut berkontribusi secara signifikan dalam menjelaskan variasi Perilaku Konsumtif.

**Tabel 5 Hasil Uji Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,876 <sup>a</sup>	,767	,767	,169

a. Predictors: (Constant), Penggunaan Fitur Shopee Pay Later

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber : Data Diolah Peneliti tahun 2025

Berdasarkan tabel *output SPSS "Model Summary"* di atas, diketahui nilai koefisien determinasi atau *R Square* adalah sebesar 0,767. Nilai *R Square* 0,767 ini berasal dari pengkuadratan nilai koefisien

korelasi atau "R" yaitu  $0,876 \times 0,876 = 0,767$ . Besarnya angka koefisien determinasi (*R Square*) adalah 0,767 atau sama dengan 76,7%. Nilai *Adjusted R Square* = 0,767 menunjukkan bahwa bahkan setelah mempertimbangkan jumlah variabel yang digunakan dalam model, model ini tetap sangat baik dan dapat menjelaskan 76,7% variasi dalam perilaku konsumtif. Ini menunjukkan bahwa model tidak hanya kuat, tetapi juga efisien dalam menjelaskan hubungan antara variabel-variabel tersebut.

## Pembahasan

### Bagaimana pengaruh Penggunaan fitur Shopee Pay Later Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FKIP Universitas Muhammadiyah Bengkulu ?

Penggunaan fitur *Shopee Pay Later* adalah salah satu fitur pembayaran yang ada dalam aplikasi shopee. Fitur *Shopee Pay Later* merupakan sistem pembayaran 'beli sekarang bayar nanti' yang memudahkan seseorang dalam berbelanja dengan opsi cicilan. "Penerapan dari *Shopee pay later* ini yaitu pengguna dapat membeli produk terlebih dahulu dan melakukan pembayaran pada bulan berikutnya dengan cara mencicil dan membayar lunas jika sudah mencapai tanggal jatuh tempo (Mellisa & Rosmida 2023)". Perilaku konsumen adalah suatu tindakan-tindakan nyata individu atau kumpulan individu dalam membeli terkadang dalam jumlah banyak/berlebihan, misalnya suatu organisasi yang dipengaruhi oleh aspek eksternal dan internal yang mengarahkan mereka untuk memilih dan mengkonsumsi barang atau jasa yang diinginkan. Penelitian ini beruna untuk mencari tahu apakah ada pengaruh yang signifikan antara penggunaan fitur shopee pay (X) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FKIP Universitas Muhammadiyah Bengkulu (Y).

Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh pada variabel penggunaan fitur shopee pay later (X) terhadap perilaku konsumtif (Y) maka di uji menggunakan SPSS 26 dengan dilakukan uji regresi linier sederhana. pada model regresi dalam penelitian ini adalah  $Y = a + bX$  atau  $Y = -90,755 + 1,818X$ . Dimana Y adalah perilaku konsumtif dan X adalah penggunaan fitur shopee pay later. Dari persamaan tersebut dapat dianalisis bahwa Konstan sebesar -90,755 berarti bahwa jika penggunaan fitur shopee pay later (X) nilainya nol, maka minat beli oleh mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Muhammadiyah Bengkulu (Y) menjadi -90,755.

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa Penggunaan Fitur Shopee Pay Later (X) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Model regresi ini signifikan secara statistik dan dapat digunakan untuk memprediksi Y berdasarkan X.

Kemudian pengujian hipotesisnya dilakukan uji F berdasarkan hasil analisis ANOVA, model regresi yang menguji pengaruh penggunaan fitur Shopee Pay Later (X) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu (Y) yang menunjukkan hasil yang signifikan. Nilai Sum of Squares Regression yang besar (1613,772) dibandingkan dengan Sum of Squares Residual yang kecil (0,228) mengindikasikan bahwa sebagian besar variasi dalam perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh penggunaan fitur Shopee PayLater. F-statistic yang sangat tinggi (sekitar 56630,84) juga menunjukkan bahwa model regresi ini sangat signifikan, artinya penggunaan Shopee PayLater berpengaruh besar terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan fitur ini memiliki dampak yang signifikan dalam meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa FKIP Universitas Muhammadiyah Bengkulu.

Berdasarkan hasil analisis Uji t dapat disimpulkan bahwa kedua prediktor yang diuji berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Koefisien tak terstandarisasi menunjukkan bahwa salah satu prediktor memiliki pengaruh negatif yang cukup besar (perubahan satu unit pada variabel independen pertama menyebabkan penurunan Perilaku Konsumtif sebesar 90,755), sementara prediktor lainnya berpengaruh positif (setiap peningkatan satu unit pada variabel independen kedua akan meningkatkan Perilaku Konsumtif sebesar 1,818). Nilai T yang sangat besar dan nilai signifikansi yang sangat kecil ( $p = 0,001$ ) menegaskan bahwa kedua prediktor tersebut memiliki pengaruh yang sangat signifikan secara statistik. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kedua variabel independen tersebut berkontribusi secara signifikan dalam menjelaskan variasi Perilaku Konsumtif.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara penggunaan fitur Shopee Pay Later terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FKIP Universitas Muhammadiyah Bengkulu. Hasil uji regresi linier menunjukkan bahwa Shopee Pay Later memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, dengan nilai p yang sangat kecil (0,001), yang berarti pengaruh tersebut sangat signifikan secara statistik. Model regresi yang diuji juga menunjukkan bahwa sebagian besar variasi perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh penggunaan fitur Shopee Pay Later, sehingga dapat disimpulkan bahwa penggunaan fitur ini berkontribusi dalam meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa.

**Seberapa besar Pengaruh penggunaan fitur Shopee Pay Later terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa FKIP Universitas Muhammadiyah Bengkulu ?**

Uji determinasi (yang sering dilihat melalui nilai R Square) digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi atau pengaruh variabel independen (X) (Penggunaan Fitur Shopee Pay Later) terhadap variabel dependen (Y) (Perilaku Konsumtif). Secara khusus, R Square menunjukkan prosentase variasi dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh model regresi yang dibangun berdasarkan variabel independen. Dengan kata lain, uji ini digunakan untuk mengetahui seberapa baik model regresi dapat menjelaskan hubungan antara kedua variabel tersebut.

Kesimpulannya Berdasarkan hasil R Square = 0,076 pada Model Summary, dapat disimpulkan bahwa pengaruh Penggunaan Fitur Shopee Pay Later terhadap Perilaku Konsumtif sangat besar, bahkan 76% variasi dalam perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh penggunaan fitur tersebut. Ini berarti bahwa seluruh perubahan dalam perilaku konsumtif mahasiswa dapat diprediksi atau dijelaskan dengan penggunaan fitur Shopee Pay Later.

Dengan nilai R Square yang sebesar 0,076, pengaruhnya dapat dianggap sangat signifikan, karena model ini mampu menjelaskan semua faktor yang berkontribusi terhadap perubahan dalam perilaku konsumtif, dan menunjukkan hubungan yang sempurna antara kedua variabel tersebut. Secara sederhana, dapat disimpulkan bahwa Penggunaan Fitur Shopee Pay Later memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, karena seluruh variasi dalam perilaku konsumtif dapat dijelaskan dengan fitur ini.

Menurut teori yang dikemukakan oleh Lestari & Indriana (2021), dalam penelitian yang dilakukannya, menyatakan bahwa dimana kemudahan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian yang sedang peneliti lakukan yaitu mengenai kemudahan penggunaan Shopee Pay later mudah dioperasikan oleh pengguna karena memiliki fitur yang simpel, menarik, serta mudah untuk dipahami. Proses pemesanan produk dengan metode pembayaran Shopee Paylater mudah dan cepat untuk dilakukan. Selain itu, proses pembayaran tagihan Shopee Paylater juga tidak rumit dan dapat dilakukan dengan praktis. Kemudahan-kemudahan tersebut berdampak pada meningkatnya kepuasan pengguna fitur Shopee Paylater. Jadi, kemudahan transaksi merupakan faktor kuat yang dapat mempengaruhi kepuasan pengguna.

Penelitian ini juga diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan Penyebab Mahasiswa Menyalahgunakan Penggunaan Fitur Shopee Pay Later dilihat dari Hasil Wawancara dapat disimpulkan bahwa penyebab Mahasiswa seringkali Menyalahgunakan Penggunaan Paylater dikarenakan dari penggunaan paylater yang berlebihan, penggunaan limit yang tidak sesuai dengan aturan tertentu dan sering kali tergiur pada diskon & promo yang diberikan sehingga mereka belum bisa menerapkan yaitu kesesuaian antara konsumsi dan pemasukan yang artinya mengkonsumsi harus disesuaikan dengan kemampuan yang dimilikinya. Hal ini selaras dengan penelitian yang peneliti lakukan sesuai dengan indikator *impulsive buying* yaitu perasaan yang dimana seseorang tidak ingin membeli karena melihat promo dan diskon timbul rasa ingin membeli.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa penggunaan fitur Shopee Pay Later memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FKIP Universitas Muhammadiyah Bengkulu. Berdasarkan hasil regresi linier Koefisien regresi menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit pada variabel penggunaan fitur Shopee Pay Later (X) akan meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 1,818 unit.

Uji F dan ANOVA, Diperoleh F-hitung sebesar 56,540 dan F-tabel 4,113 dengan signifikansi 0,001. Oleh karena f-hitung > f-tabel (56,540 > 4,113) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,005. Maka hal tersebut membuktikan bahwa H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. Hasil uji t menunjukkan Dengan df adalah 36 maka t-tabel adalah 2,028. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel, diketahui t-hitung sebesar 237,782 lebih besar dari t-tabel sebesar 2,028 dengan signifikansi 0,001. Oleh karena t-hitung > t-tabel (237,782 > 2,028) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,005. Maka hal tersebut membuktikan bahwa H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima artinya penggunaan Shopee PayLater memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa yang menunjukkan bahwa pengaruh tersebut tidak terjadi secara kebetulan.

Seberapa besar Pengaruh penggunaan fitur Shopee Pay Later terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa FKIP Universitas Muhammadiyah Bengkulu, berdasarkan hasil R Square = 0,767 pada Model Summary, dapat disimpulkan bahwa pengaruh penggunaan fitur Shopee Pay Later terhadap

perilaku konsumtif mahasiswa sangat signifikan, karena 76,7% variasi dalam perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh penggunaan fitur tersebut.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh fitur Shopee Pay Later terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, beberapa saran penting dapat diterapkan untuk membantu mahasiswa mengelola keuangan mereka dengan lebih bijak.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dermawan, A., & Akmal, A. (2020). Urgensi Perlindungan Hukum Bagi Korban Tindak Pidana Kejahatan Teknologi Informasi. *Journal of science and social research*, 2(2), 39-46.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. "Perilaku Konsumen." PT Midas Surya Grafindo, Jakarta (1992).
- Mira, Oktavia Sari. Pengaruh Penggunaan *Shopee Paylater* Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat (Studi Pada Masyarakat Perum Perintis Kemerdekaan Kecamatan Rajabasa Kota Bandar Lampung). Diss. UIN Raden Intan Lampung, 2023.
- Rahima, P., & Cahyadi, I. (2022). Pengaruh Fitur *Shopee Paylater* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram. *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, 4(1), 39-50.
- Ratnaningtyas, A., & Prihandini, G. R. (2022). Perilaku *Impulsive Buying* pada Mahasiswi Pengguna *E-Commerce* Shopee Ditinjau dari Kontrol Diri. *JCA of Psychology*, 3(01).
- Rohmatulloh, C., & Sari, D. (2021). Pengaruh Online *Customer Review* Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel *Intervening* Pada Shopee. *eProceedings of Management*, 8(3).
- Santoso, Imam, and Harries Madiistriyatno. Metodologi penelitian kuantitatif. Indigo Media, 2021.
- Sastika, Widya. "Analisis Kualitas Layanan Dengan *Menggunakan E-Service Quality* Untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Belanja Online Shoppe (Studi Kasus: Pelanggan Shopee Di Kota Bandung 2017)." *Ikra-lth Humaniora: Jurnal Sosial dan Humaniora* 2.2 (2018): 69-74.