



Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran *Shopee Paylater* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa STIE Yapis Dompu

Indah Sumandani^{1*}, Chairul Adhim², Asmawati³

^{1,2} Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yapis, Dompu, Indonesia

³ Program Studi Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yapis, Dompu, Indonesia

*Penulis Korespondensi: indahsumandani@gmail.com

Abstract. *The digital transformation of economic transaction systems has shifted consumer spending patterns toward the use of more instant, technology-based financial services; however, it also has the potential to trigger irrational spending behavior. This phenomenon is evident in the rapid adoption of Buy Now Pay Later (BNPL) features, which offer flexible payment options without requiring collateral. This study aims to determine the effect of using the Shopee PayLater payment system on the consumptive behavior students at STIE Yapis Dompu. Shopee PayLater is an innovation in digital financial services that provides convenience in transactions among students. This study uses a quantitative approach with a associative research type. Data were obtained through questionnaires distributed to 94 respondents selected using a purposive sampling technique. Data analysis was conducted using simple linear regression with the assistance of SPSS. The results show that the use of Shopee PayLater has a positive and significant effect on students' consumptive behavior. This is evidenced by a significanse value of $0,000 < 0,05$ and a coefficient of determination of 55,2% indicating the contribution of the Shopee PayLater usage variable to student' consumptive behavior. It can be concluded that the higher the use of Shopee PayLater, the higher the consumptive behavior of students at STIE Yapis Dompu.*

Keywords: *Consumptive Behavior; Digital Payment; Fintech; Shopee PayLater; Students.*

Abstrak. Transformasi digital dalam sistem transaksi ekonomi telah menggeser pola konsumsi masyarakat menuju penggunaan layanan finansial berbasis teknologi yang lebih instan, namun di sisi lain berpotensi memicu perilaku belanja yang tidak rasional. Fenomena ini tampak pada pesatnya adopsi fitur *Buy Now Pay Later* (BNPL) yang menawarkan fleksibilitas pembayaran tanpa agunan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan sistem pembayaran *Shopee PayLater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa STIE Yapis Dompu. *Shopee PayLater* merupakan inovasi layanan keuangan digital yang memberikan kemudahan transaksi dengan kalangan mahasiswa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Data diperoleh melalui kuesioner kepada 94 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data menggunakan regresi linear sederhana dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *Shopee PayLater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ serta koefisien determinasi sebesar 55,2%, yang menunjukkan kontribusi variabel penggunaan *Shopee PayLater* terhadap konsumtif mahasiswa. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi penggunaan *Shopee PayLater*, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif mahasiswa STIE Yapis Dompu.

Kata kunci: *Fintech; Mahasiswa; Pembayaran Digital; Perilaku Konsumtif; Shopee PayLater.*

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam aktivitas konsumsi dan transaksi ekonomi. Digitalisasi sistem transaksi mendorong pergeseran pola konsumsi masyarakat dari transaksi konvensional menuju transaksi berbasis digital yang lebih praktis dan efisien. Perubahan ini ditandai dengan meningkatnya penggunaan platform *e-commerce* yang tidak hanya menawarkan kemudahan dalam berbelanja, tetapi juga menghadirkan inovasi metode pembayaran melalui integrasi layanan keuangan berbasis financial technology. Salah satu inovasi dalam sistem pembayaran digital yang berkembang pesat adalah layanan *Buy Now Pay*

Later (BNPL), merupakan inovasi dalam sistem pembayaran digital yang memungkinkan konsumen melakukan pembelian tanpa pembayaran langsung, dengan mekanisme pelunasan di kemudian hari melalui cicilan tanpa kartu kredit (Nurul *et al.*, 2025). Kehadiran sistem ini memberikan fleksibilitas dalam transaksi, namun di sisi lain berpotensi memengaruhi pola konsumsi masyarakat. Dengan demikian, kemudahan yang ditawarkan oleh sistem BNPL dapat menjadi faktor yang memengaruhi perubahan perilaku konsumsi masyarakat.

Perilaku konsumtif merupakan perilaku individu yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, tetapi ditujukan untuk konsumsi barang atau jasa yang dapat menyebabkan pemborosan, serta lebih mengutamakan pemenuhan keinginan dibandingkan kebutuhan (Septiansari dan Handayani, 2021). Perilaku konsumtif seseorang dapat diidentifikasi melalui beberapa aspek utama, yaitu pembelian impulsif yang dilakukan secara spontan tanpa pertimbangan dan perencanaan yang matang, pembelian berlebihan yang ditandai dengan pengeluaran tidak terkontrol serta tidak didasarkan pada kebutuhan sehingga menimbulkan pemborosan, serta pembelian tidak rasional yang lebih dipengaruhi oleh dorongan gengsi, citra diri, dan faktor emosional dibandingkan pemenuhan kebutuhan fungsional suatu produk (Rahmat *et al.*, 2020). Salah satu platform yang mengimplementasikan sistem BNPL dan berpotensi memengaruhi perilaku konsumsi adalah Shopee. Sejak diluncurkan di Indonesia pada tahun 2015, Shopee berkembang pesat sebagai salah satu platform perdagangan yang menyediakan berbagai kategori produk, mulai dari fashion, elektronik, perlengkapan rumah tangga, hingga kebutuhan sehari-hari (Alamin *et al.*, 2023). Platform ini dirancang untuk memberikan kemudahan, keamanan, dan efisiensi dalam proses belanja daring melalui sistem pembayaran yang terintegrasi serta layanan pengiriman yang terpercaya. Salah satu keunggulan yang ditawarkan oleh Shopee adalah layanan *Shopee PayLater*.

Secara operasional, layanan ini memungkinkan pengguna memperoleh barang terlebih dahulu dan melakukan pembayaran pada periode berikutnya sesuai ketentuan yang berlaku sebagaimana diatur dalam POJK No. 77/2016 (Aftika & Devi, 2022). *Shopee PayLater* memberikan fleksibilitas pembayaran dengan pilihan tenor satu bulan tanpa bunga, sedangkan untuk pilihan cicilan dengan jangka waktu 3, 6, hingga 12 bulan dikenakan bunga sebesar 2,95% setiap bulan (Utami, 2021). Layanan tersebut menjadi salah satu strategi Shopee dalam memperluas akses pembiayaan digital bagi penggunanya. Keberadaan layanan *Shopee PayLater* tidak hanya memberikan kemudahan dalam bertransaksi, tetapi juga menimbulkan implikasi terhadap pola pengambilan keputusan konsumsi pengguna. Fasilitas cicilan serta penundaan pembayaran dapat menciptakan persepsi bahwa beban pembelian terasa lebih

ringan, sehingga mendorong individu untuk melakukan transaksi berulang tanpa perencanaan yang matang. Kondisi ini berpotensi menurunkan tingkat kehati-hatian dalam pengelolaan keuangan dan meningkatkan kecenderungan perilaku konsumtif.

Dalam konteks tersebut, mahasiswa merupakan salah satu kelompok yang relatif rentan terhadap pengaruh kemudahan sistem pembayaran digital. Pada umumnya, mahasiswa berada pada fase transisi menuju kemandirian ekonomi dan belum memiliki penghasilan tetap. Oleh karena itu, kemudahan akses kredit digital melalui layanan *SPayLater*, yang didukung oleh promosi dan tren konsumsi di media sosial, dapat memperkuat kecenderungan pembelian impulsif apabila tidak disertai dengan pengendalian diri yang memadai. Pernyataan tersebut sejalan dengan pendapat (Amarulloh, 2021) yang menyatakan bahwa kemudahan layanan *e-commerce* dapat mendorong perilaku konsumtif. Berdasarkan hasil kajian yang dilakukan oleh (Aftika & Devi, 2022) yang menunjukkan bahwa variabel penggunaan *Shopee PayLater* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Selain itu, penelitian oleh (Maryani & Maya, (2024) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan *Shopee PayLater* dan perilaku konsumtif mahasiswa di Jakarta. Meskipun beberapa penelitian telah membuktikan adanya pengaruh penggunaan *Shopee PayLater* terhadap perilaku konsumtif, kajian yang secara spesifik meneliti mahasiswa STIE YAPIS Dompus belum pernah dilakukan, sehingga diperlukan penelitian untuk menguji apakah pengaruh tersebut juga berlaku pada karakteristik mahasiswa di lingkungan tersebut.

Berdasarkan observasi terhadap beberapa mahasiswa STIE YAPIS Dompus, ditemukan adanya indikasi peningkatan kecenderungan pembelian impulsif yang dipengaruhi oleh intensitas promosi serta kemudahan akses sistem pembayaran digital melalui layanan *Shopee PayLater*. Proses transaksi yang relatif mudah serta mekanisme pembayaran yang fleksibel cenderung menciptakan persepsi bahwa transaksi dapat dilakukan tanpa beban finansial yang langsung dirasakan. Kondisi tersebut berpotensi mendorong mahasiswa melakukan pembelian tanpa perencanaan yang matang serta tanpa mempertimbangkan kemampuan finansial secara rasional. Oleh karena itu, Penelitian ini perlu dilakukan untuk menganalisis secara empiris pengaruh penggunaan *Shopee PayLater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa STIE YAPIS Dompus. Hal ini penting mengingat adanya potensi risiko terbentuknya pola konsumsi yang kurang rasional serta permasalahan pengelolaan keuangan akibat kemudahan akses layanan kredit digital. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penggunaan sistem pembayaran *Shopee PayLater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa STIE YAPIS Dompus.

2. KAJIAN TEORITIS

Grand Theory

Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan teori yang menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh niat perilaku (behavioral intention). Niat tersebut terbentuk dari tiga komponen utama, yaitu sikap terhadap perilaku (attitude toward behavior), norma subjektif (subjective norm), dan kendali perilaku yang dirasakan (perceived behavioral control). Menurut (Ajzen, 1991) niat perilaku merupakan faktor utama yang dapat memprediksi munculnya suatu perilaku. *Theory of Planned Behavior* merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* dengan menambahkan komponen perceived behavioral control untuk menjelaskan kondisi ketika individu tidak memiliki kendali penuh terhadap perilaku yang dilakukan. Dalam penelitian ini, teori TPB digunakan untuk menjelaskan hubungan antara penggunaan layanan *SPayLater* dengan perilaku konsumtif. Sikap terhadap kemudahan dan manfaat *SPayLater*, pengaruh lingkungan sosial, serta persepsi kemudahan penggunaan layanan tersebut dapat mendorong niat individu untuk menggunakannya, yang pada akhirnya berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif.

Penggunaan Shopee Paylater

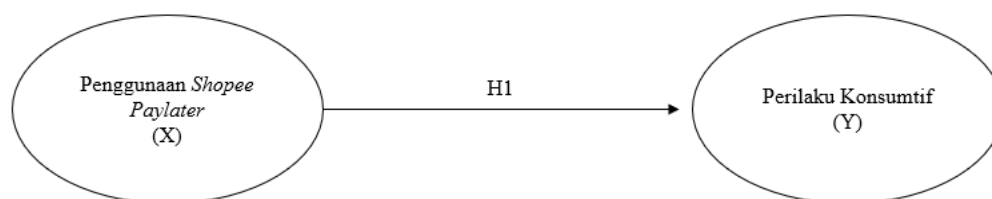
Menurut KBBI Pengguna adalah orang yang menggunakan atau pemakain, *Shopee PayLater* adalah salah satu fitur dari aplikasi Shopee yang saat ini banyak digunakan dan dimanfaatkan oleh sebagian orang. metode pembayaran *Shopee PayLater* merupakan metode pembayaran dimana pembeli bisa membeli barang saat ini namun pembayaran menyusun. dengan adanya *Shopee PayLater* maka pembeli bisa membeli barang terlebih dahulu dan membayar barang tersebut bulan berikutnya atau dengan mencicil selama beberapa bulan (Faridatul *et al.*, 2023). Penggunaan fasilitas pinjaman *Shopee PayLater* diawali dengan proses aktivasi akun yang mensyaratkan pengguna berusia minimal 18 tahun, memiliki kartu tanda penduduk (KTP), serta telah aktif menggunakan aplikasi Shopee dalam jangka waktu tertentu, yaitu minimal tiga bulan. dalam proses transaksi, pengguna memiliki produk yang akan dibeli, melakukan tahap pembayaran (checkout), kemudian memilih tenor cicilan yang tersedia pada metode pembayaran *Shopee PayLater*. setelah pesanan dikonfirmasi, sistem secara otomatis memverifikasi pembayaran dan penjual selanjutnya memproses pesanan tersebut. pembayaran dapat dilakukan sebelum tanggal jatuh tempo yang sudah ditentukan pada aplikasi pada menu bayar sekarang di fitur *Shopee PayLater* (Ananda *et al.*, 2022).

Penggunaan metode pembayaran *Shopee PayLater* dikenakan bunga sebesar 2,95% per bulan pada skema *buy now pay later*. Apabila pengguna mengalami keterlambatan dalam melakukan pembayaran, maka akan dikenakan denda sebesar 5% dari total tagihan yang sedang

berjalan. pengguna memiliki opsi untuk melunasi tagihan sebelum tanggal tagihan, yaitu pada tanggal 25 atau 1 setiap bulan sesuai dengan periode penagihan, dengan ketentuan bahwa status pesanan telah dinyatakan selesai. Namun, apabila pembayaran tidak dilakukan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan, maka total kewajiban pembayaran penggunaan denda, pengguna diwajibkan melakukan pembayaran tepat waktu, sesuai ketentuan yang berlaku (Utami, 2021). Penelitian ini mengadaptasi tiga indikator yang dikemukakan oleh (Maryani & Maya, 2024) yang paling relevan dengan tujuan penelitian, yaitu. (1) Lama Penggunaan, (2) Kemudahan Penggunaan, dan (3) Durasi Penggunaan.

Perilaku Konsumtif

Dalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI), konsumtif adalah bersifat konsumsi, yaitu hanya memakai dan tidak menghasilkan sendiri. Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan untuk membeli barang atau jasa berdasarkan dorongan emosional atau keinginan sesaat, bukan atas dasar kebutuhan (Lubis, 2025). Menurut (Chandra Kurniawan, 2017) Kecenderungan ini dapat muncul ketika individu tertarik untuk mencoba produk yang belum pernah digunakan sebelumnya, mengganti merek meskipun fungsi produk relatif sama, atau melakukan pembelian karena adanya potongan harga dan pengaruh sosial, seperti banyaknya orang lain yang menggunakan produk tersebut. Penelitian ini mengadaptasi empat indikator yang dikemukakan oleh (Maryani & Maya, 2024) yang paling relevan dengan tujuan penelitian. Yaitu: (1) membeli produk karena penawaran khusus, (2) membeli produk karena penampilannya yang menarik, (3) membeli barang hanya karena harganya, dan (4) membeli barang mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri.



Gambar 1. Kerangka Penelitian.

Hipotesis Penelitian:

H1: Diduga Penggunaan *Shopee Paylater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif menurut Yoesoep *et al.*, (2024) penelitian kuantitatif merupakan pendekatan ilmiah yang menggunakan pengumpulan data berbasis angka serta analisis statistik dalam rangka menguji hipotesis, membuat generalisasi atau inferensia, dan memahami fenomena lain yang ingin ditelaah secara mendalam. Pengumpulan data digunakan data primer, data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden dengan penyebaran kuesioner melalui metode survei dengan teknik *Purposive Sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel non-probabilitas di mana peneliti menentukan anggota sampel berdasarkan kriteria atau pertimbangan tertentu yang dinilai paling relevan dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah (1) mahasiswa aktif, (2) memiliki akun *Shopee*, dan (3) pernah menggunakan *Shopee PayLater* 1 kali dalam 6 bulan terakhir.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa yang aktif berkuliah di STIE YAPIS Dompusebanyak 1.571 mahasiswa. Sedangkan penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan margin of error sebesar 10%.

keterangan :

n= jumlah sampel

N= jumlah populasi

e = tingkat error 10%

$n = \frac{N}{1 + (N \cdot e^2)}$

$= \frac{1.571}{1 + (1.571 (0,1)^2)}$

$= \frac{1.571}{1 + (1.571 (0,1)^2)}$

$= \frac{1.571}{15,71}$

= 94

Data penelitian dianalisis menggunakan analisis regresi linear sederhana merupakan analisis yang terdiri dari dua variabel saja yaitu variabel bebas dan variabel terikat (Syafriada, 2022:51). Berdasarkan pengertian tersebut, regresi sederhana dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh penggunaan *Shopee PayLater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Sebelum dilakukan analisis regresi, data diuji melalui uji validitas dan uji reliabilitas merupakan dua uji penting dalam penelitian kuantitatif untuk memastikan kualitas instrumen penelitian. Menurut (Syafriada, 2022:31) validitas merupakan proses pengajuan terhadap butir-butir pertanyaan penelitian untuk mengetahui sejauh mana instrumen mampu

mengukur variabel yang diteliti serta memastikan bahwa responden memahammi setiap pertanyaan yang diajukan secara tepat. sementara itu, reabilitas merupakan suatu prosedur pengujian yang bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi dan kestabilan hasil pengukuran suatu intrumen penelitian (Syafriada, 2022:33). Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki distribusi residual yang mendekati normal (Ghozali, 2013). Dan Heteroskedastisitas, Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya (Ghozali, 2013). Kemudian uji hipotesis yang meliputi regresi linear sederhana, uji t, Uji t digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen dalam suatu model regresi (Ghozali, 2013). Dan uji koefisien determinasi, Koefisien determinasi (Adjusted R Square) melihat kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat dan proporsi dan variabel terikat yang diterangkan oleh variasi dan variabel-variabel bebasnya (Ghozali, 2013). Seluruh proses pengolahan dan analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS Statistics 21.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Yapis Dompu yang berlokasi di Jl. Syech Muhamamad, Lingkar Utara, Swete Bali I, Kabupaten Dompu. STIE Yapis Dompu merupakan perguruan tinggi swasta yang memiliki dua program studi, yaitu Manajemen dan Akuntansi. kedua program studi tersebut berfokus pada pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis, sehingga relevan dengan penelitian terkait penggunaan sistem pembayaran Shopee PayLater dan perilaku konsumtif mahasiswa.

Karakteristik Responden

Tabel 1. Jenis Kelamin.

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki – Laki	20	21,3%
Perempuan	74	78,7%
Total	94	100%

Sumber: Hasil Analisis Data, (2026)

Berdasarkan tabel di atas diperoleh, responden laki-laki sebanyak 20 orang (21,3%), sedangkan responden perempuan sebanyak 74 orang (78,7%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas.

Variabel	Pernyataan	R-Hitung	R-Tabel	Keterangan
Penggunaan <i>Shopee Paylater</i> (X)	SPP1	0,810	0,202	Valid
	SPP2	0,822	0,202	Valid
	SPP3	0,763	0,202	Valid
	SPP4	0,827	0,202	Valid
	SPP5	0,760	0,202	Valid
	SPP6	0,694	0,202	Valid
	SPP7	0,855	0,202	Valid
	SPP8	0,733	0,202	Valid
	SPP9	0,798	0,202	Valid
Perilaku Konsumtif (Y)	PK1	0,605	0,202	Valid
	PK2	0,657	0,202	Valid
	PK3	0,652	0,202	Valid
	PK4	0,648	0,202	Valid
	PK5	0,740	0,202	Valid
	PK6	0,722	0,202	Valid
	PK7	0,722	0,202	Valid
	PK8	0,682	0,202	Valid
	PK9	0,778	0,202	Valid
	PK10	0,695	0,202	Valid
	PK11	0,634	0,202	Valid
	PK12	0,644	0,202	Valid

Sumber: Hasil Analisis Data, (2026)

Berdasarkan hasil analisis data pada Tabel 2, uji validitas menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan untuk variabel Penggunaan *Shopee Paylater* (X) yang terdiri dari 9 pernyataan (SPP1 hingga SPP9) dan variabel Perilaku Konsumtif (Y) yang terdiri dari 12 pernyataan (PK1 hingga PK12) dinyatakan valid. Hal ini dibuktikan dengan nilai R-hitung pada masing-masing pernyataan yang secara keseluruhan lebih besar dari nilai R-tabel sebesar 0,202, $R\text{-hitung} > R\text{-tabel}$. Dengan demikian, seluruh instrumen atau kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi syarat validitas dan dinyatakan layak serta reliabel untuk digunakan sebagai alat ukur dalam analisis data penelitian selanjutnya.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas.

Variabel	Batas Minimum Standardisasi Sebesar	Cronbach's Alpha	Keterangan
Penggunaan <i>Shopee PayLater</i> (X)	0,60	0,922	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	0,60	0,894	Reliabel

Sumber: Hasil Analisis Data, (2026)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada Tabel 3, instrumen penelitian dinyatakan reliabel karena kedua variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang jauh melampaui batas minimum standardisasi sebesar 0,60. Variabel Penggunaan *Shopee PayLater* (X) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,922 dan variabel Perilaku Konsumtif (Y) sebesar 0,894, yang mengindikasikan bahwa seluruh butir pernyataan dalam kuesioner ini memiliki tingkat konsistensi internal yang sangat tinggi (sangat kuat). Dengan demikian, alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini terbukti andal, konsisten, dan dapat dipercaya untuk digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian selanjutnya secara berulang

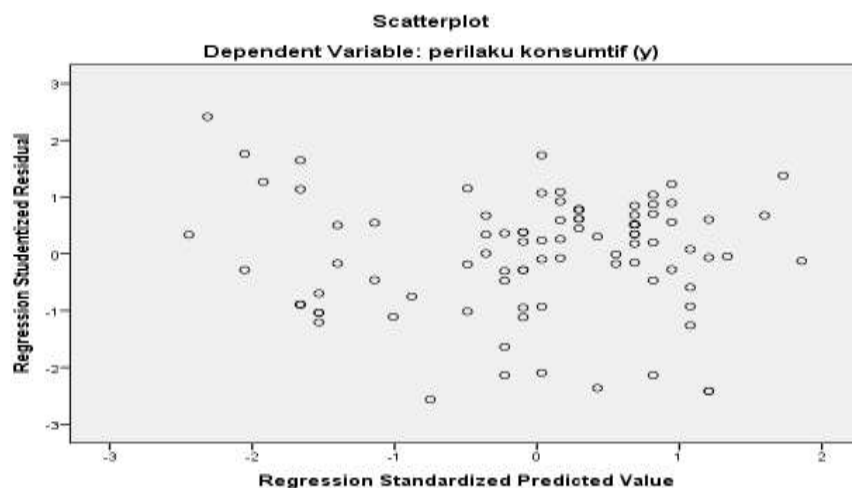
Uji Asumsi Klasik

Tabel 4. Normalitas.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		94
Normal Parameters	Mean	.0000000
	Std Deviation	6.00259045
Most Extreme Differences	Absolute	.103
	Positive	.056
	Negative	.103
Kolmogorov Sig. (2-tailed)		1.002
Asymp. Sig (2-		.268
a. Test Distribution Is Normal		
b. Calculated From Data		

Sumber: Hasil Analisis Data, (2026)

Berdasarkan hasil uji normalitas *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* pada tabel di atas, nilai signifikansi Asymp. Sig. (2-tailed) yang diperoleh adalah sebesar 0,268, yang mana nilai tersebut lebih besar dari taraf signifikansi standar 0,05 ($0,268 > 0,05$). Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data residual dalam model regresi ini berdistribusi secara normal, sehingga asumsi klasik normalitas telah terpenuhi dan data layak digunakan untuk analisis statistik parametrik selanjutnya.



Gambar 2. Heteroskedasitas.

Sumber: Hasil Analisis Data, (2026)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas, terlihat bahwa titik-titik data menyebar secara acak di sekitar sumbu nol (0) pada sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu seperti pola, engeruncut (funnel), melebar, maupun pola bergelombang. selain itu penyebab titik juga tampak berada baik di atas maupun dibawah garis nol. dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami gejala heterosedastisitas.

Uji Hipotesis

Uji Regresi Linear Sederhana (Uji T)

Tabel 5. *Coefficients.*

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std Error	Beta		
1 (Constant)	13.626	2.584		5.272	.000
Penggunaan Shopee Paylater	.869	.082	.743	10.654	.000

a. Dependent Variabel: perilaku konsumtif

Sumber: Hasil Analisis Data, (2026)

Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana pada tabel *Coefficients*, diperoleh persamaan regresi $Y = 13,626 + 0,869X$, yang menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 13,626 merupakan nilai konsistensi variabel perilaku konsumtif (Y) jika variabel penggunaan Shopee Paylater (X) bernilai konstan atau nol. Koefisien regresi variabel penggunaan Shopee Paylater bernilai positif sebesar 0,869, yang berarti setiap peningkatan satu satuan pada penggunaan Shopee Paylater akan diikuti oleh peningkatan perilaku konsumtif sebesar 0,869 satuan. Selain itu, pengaruh ini dinyatakan positif dan signifikan secara statistik karena nilai t-

hitung yang diperoleh sangat besar yaitu 10,654 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang jauh lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 ($0,000 < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa penggunaan Shopee Paylater berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi R².
(Model Summary)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std Error of the Estimate
1	.743 ^a	.552	.547	6.035

a. Predictors: (constant), Penggunaan shopee paylater

Sumber: Hasil Analisis Data, (2026)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R²) pada tabel *Model Summary* di atas, diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,552 atau sebesar 55,2%. Nilai ini menunjukkan bahwa variabel Penggunaan *Shopee Paylater* (X) secara simultan memberikan kontribusi atau pengaruh sebesar 55,2% terhadap perubahan variabel Perilaku Konsumtif (Y). Sementara itu, sisanya sebesar 44,8% (100% - 55,2%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar model penelitian ini yang tidak ikut diteliti.

Pembahasan

Pengaruh Penggunaan Shopee PayLater terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil uji regresi linear sederhana menunjukkan bahwa penggunaan *Shopee PayLater* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa STIE Yapis Dompus. Pengaruh tersebut menunjukkan bahwa kemudahan akses kredit digital mendorong perubahan pola konsumsi mahasiswa dari yang semula berbasis kebutuhan menjadi lebih didominasi oleh keinginan dan dorongan emosional. Besarnya kontribusi variabel penggunaan *Shopee PayLater* menunjukkan bahwa layanan ini merupakan faktor penting dalam memengaruhi keputusan konsumsi mahasiswa. Kemudahan transaksi tanpa pembayaran langsung cenderung mengurangi pertimbangan rasional, sehingga mendorong perilaku konsumtif yang lebih impulsif. Hasil uji signifikansi memperkuat temuan bahwa penggunaan *Shopee PayLater* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Artinya, semakin tinggi intensitas penggunaan *Shopee PayLater*, maka semakin besar kecenderungan mahasiswa untuk melakukan pembelian tanpa perencanaan yang matang. Secara konseptual, mekanisme ‘beli sekarang, bayar nanti’ menciptakan persepsi kemudahan dalam transaksi,

sehingga mendorong individu untuk melakukan pembelian secara berulang tanpa perencanaan yang matang.

Temuan penelitian ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) yang menyatakan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh niat yang terbentuk dari sikap, norma subjektif, dan *perceived behavioral control*. Dalam konteks ini, penggunaan *Shopee PayLater* meningkatkan persepsi kontrol perilaku mahasiswa, sehingga mereka merasa memiliki kemampuan untuk melakukan transaksi dengan mudah. Kemudahan transaksi yang dirasakan ini secara psikologis memicu keyakinan pengguna bahwa mereka dapat mengatasi hambatan finansial sesaat, yang pada akhirnya menumbuhkan niat beli impulsif (Octoviani, 2024). Persepsi tersebut kemudian memperkuat niat konsumsi yang pada akhirnya mendorong terbentuknya perilaku konsumtif. Dari perspektif perilaku konsumen, kemudahan akses kredit digital berpotensi menurunkan kontrol diri dalam pengelolaan keuangan. Ketika kontrol diri melemah akibat visualisasi pembayaran yang tertunda, batasan anggaran belanja yang telah direncanakan sebelumnya cenderung diabaikan (Widyastuti & Noviarini, 2026). Mahasiswa yang belum memiliki pendapatan tetap cenderung lebih rentan terhadap dorongan konsumsi, terutama ketika dihadapkan pada kemudahan pembayaran dan berbagai promosi. Kondisi tanpa pendapatan tetap ini diperparah oleh rendahnya literasi keuangan, sehingga mahasiswa sering kali terjebak dalam ilusi ketersediaan dana tambahan (Fahrezi *et al.*, 2025).

Hasil penelitian ini juga konsisten dengan temuan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Aftika dan Devi, 2022) dan (Maryani dan Maya, 2024) menyatakan bahwa layanan *PayLater* memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif khususnya di kalangan mahasiswa. Dukungan fitur yang sangat fleksibel pada platform e-commerce terbukti secara empiris melipatgandakan kecenderungan mahasiswa untuk melakukan pembelian yang tidak direncanakan (Ramadhani *et al.*, 2026). Hal ini menunjukkan bahwa fenomena peningkatan perilaku konsumtif akibat penggunaan layanan kredit digital merupakan fenomena yang umum terjadi di era digital saat ini. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan *Shopee PayLater* tidak hanya memberikan kemudahan dalam transaksi, tetapi juga memiliki implikasi terhadap perubahan perilaku konsumsi mahasiswa. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan literasi keuangan agar mahasiswa mampu mengelola penggunaan layanan kredit digital secara lebih bijak dan tidak terjebak dalam perilaku konsumtif berlebihan. Edukasi keuangan yang masif dan aplikatif sangat krusial agar mahasiswa mampu membedakan antara kebutuhan mendesak dan keinginan konsumtif semata (Triyana *et al.*, 2024). Penelitian ini memberikan kontribusi dalam

pengembangan kajian perilaku konsumen digital khususnya terkait pengaruh layanan *Buy Now Pay Later* terhadap pola konsumsi mahasiswa.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa penggunaan sistem pembayaran *Shopee PayLater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa STIE Yapis Dompus. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan layanan “beli sekarang, bayar nanti” dapat meningkatkan kecenderungan mahasiswa dalam melakukan pembelian secara konsumtif. dengan demikian, semakin tinggi penggunaan *Shopee PayLater*, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif mahasiswa. Disarankan mahasiswa lebih bijak dalam menggunakan layanan *Shopee PayLater* dengan mempertimbangkan kemampuan finansial serta memprioritas kebutuhan dibandingkan keinginan. Pihak perguruan tinggi juga diharapkan dapat meningkatkan literasi keuangan mahasiswa melalui edukasi pengelolaan keuangan di era digital.

DAFTAR REFERENSI

- Aftika, S., & Devi, Y. (2022). *Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee Paylater “Bayar Nanti” Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Uin Raden Intan*. 3(1), 81–100.
- Alamin, Z., Missouri, R., Bima, U. M., & Online, J. B. (2023). *Perkembangan E-Commerce: Analisis Dominasi Shopee Sebagai Primadona Marketplace Di Indonesia*. 6, 120–131.
- Amarulloh, F. (2021). *Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Dewasa Awal Petet Tuntang Kabupaten Semarang Jawa Tengah*. 891, 107–111.
- Ananda, A., Islam, E., Surabaya, U. N., Islam, P. E., & Surabaya, U. N. (2022). *Analisis Hukum Islam Terhadap Pinjaman Uang Elektronik Shopee Paylater Pada Marketplace Shopee*. 5, 131–144.
- Chandra Kurniawan. (2017). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Ekonomi Pada Mahasiswa*. 107–118.
- Fahrezi, M. Z., Balqis, S. R., Rahmawati, D., & Azzahra, A. M. P. (2025). Pengaruh Pendapatan, Literasi Keuangan, dan FOMO terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna Shopee dalam Perspektif Islam Generasi Z memiliki ketakutan akan ketertinggalan atau Fear of Missing Out (FOMO), yang membuat mereka selalu ingin mengikuti. *Jurnal Bintang Pendidikan Indonesia*, 3(1), 129-142.
- Faridatul Islami, Rafidah, Puteri Anggi Lubis, (2023). *Pengaruh Penggunaan E-Money Dan Sistem Pembayaran Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Febi Uin Sulthan*. 9(2), 339–344.
- Icek Ajzen. (1991). *The Theory Of Planned Behavior*.

- Lubis, N. F. A. (2025). *Pengaruh Sistem Pembayaran Paylater Dan Perilaku Komsumtif Pada Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palopo*. 4(3), 1469–1477.
- Maryani, D., & Maya, S. (2024). *Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Mahasiswa Jakarta)*. 4(November), 344–355.
- Nurul Ramandini¹, Hikmah Dzil Hijjah², A. B. R. (2025). *Inovasi Layanan Keuangan Digital (Fintech) Sebagai Pendukung Pertumbuhan E- Commerce : Kajian Literatur*. 1(2), 97–110.
- Octoviani, A. (2024). *Pengaruh Perceived Ease Of Use Dan Perceived Usefulness Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Paylater Dengan Variabel Moderating Behavioural Intention*. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima*, 5, 57–72.
- Ramadhani, N. A., Marliani, R. F., Nabila, A., & Pratiwi, R. (2026). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan Qris Dan Media Sosial Terhadap Impulse Buying Mahasiswa*. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 23(01), 99–110.
- Rahmat Arif, Asyari, H. E. P. (2020). *Pengaruh Hedonisme Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. 4(1).
- Septiansari, D., & Handayani, T. (2021). *Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Masa Pandemi Covid-19*. 5(1), 53–65.
- Syafrida, Hafni, S. (2022). *Metodologi Penelitian*.
- Triyana, T., Asnaini, A., & Polindi, M. (2024). *Analisis Perilaku Konsumtif Pengguna Layanan Buy Now Pay Later dalam Konsep Konsumsi Menurut Muhammad Abdul Mannan*. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 7(2), 1445–1456.
- Utami, B. P. (2021). *Praktek Kredit Barang Melalui Shopee Paylater Dari Marketplace Shopee Berdasarkan Hukum Ekonomi Islam Dan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*. 1(November), 1–13.
- Yoesoep Edhie Rachmad, Judijanto, L., Wulandari, D., Rahmawati, F. A., Mukhlis, I. R., Purba, A. E., Nopiah, R., & Fanani, A. F. (2024). *Integrasi Metode Kuantitatif Dan Kualitatif*.
- Widyastuti, U., & Noviarini, D. (2026). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Pay Later: Peran Moderasi Kontrol Diri pada Generasi Z*. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(1), 422–437.