



Penggunaan dan Pengaruh Shopee PayLater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim

Use And Influence Of Shopee PayLater On Consumptive Behavior Of Muslim Students

**Amel Liana¹, Senno Young Lazuardi², Ratu Siti Khaerunnisa³, Wahyu Hidayat⁴,
zaini ibrahim⁵, Fitri⁶**

^{1,2,3,4,5}Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten

⁶ ITB nobel makassar

Email : amelliana83@gmail.com¹, younglazuardi9@gmail.com², ratuhaerunnisa@gmail.com³,
wahyu.hidayat@uinbanten.ac.id⁴

Article Info

Article history :

Received : 18-06-2024

Revised : 20-06-2024

Accepted : 22-06-2024

Published : 28-06-2024

Abstract

This research aims to analyze the use and influence of Shopee Paylater on the consumer behavior of Muslim students. Shopee Paylater, as one of the delayed payment services from the Shopee e-commerce platform, makes it easy for users to carry out transactions without having to pay directly. Muslim students are one of the references in this research in analyzing the use of Shopee PayLater. The research method used was quantitative with data collection techniques through questionnaires distributed to 30 Muslim students at UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. There is a positive correlation between the use of Shopee Paylater and increased consumer behavior, which is characterized by increased frequency of purchases and increased spending. Factors such as ease of access, attractive promotions, and flexible payment policies are the main drivers for using Shopee Paylater. This study concludes that deferred payment services such as Shopee Paylater have a significant influence on the consumer behavior of Muslim students, so more intensive financial education is needed to avoid potential financial risks in the future.

Keywords : Shopee PayLater, Consumptive Behavior, Muslim Student.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan dan pengaruh Shopee Paylater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Muslim. Shopee Paylater, sebagai salah satu layanan pembayaran tunda dari platform e-commerce Shopee, memberikan kemudahan bagi pengguna untuk melakukan transaksi tanpa perlu membayar secara langsung. Mahasiswa muslim menjadi salah satu acuan dalam penelitian ini dalam menganalisis penggunaan Shopee PayLater. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 30 mahasiswa Muslim UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Terdapat korelasi positif antara penggunaan Shopee Paylater dengan peningkatan perilaku konsumtif, yang ditandai dengan frekuensi pembelian dan jumlah pengeluaran yang meningkat. Faktor-faktor seperti kemudahan akses, promosi menarik, dan kebijakan pembayaran fleksibel menjadi pendorong utama penggunaan Shopee Paylater. Studi ini menyimpulkan bahwa layanan



pembayaran tunda seperti Shopee Paylater memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Muslim, sehingga diperlukan edukasi finansial yang lebih intensif untuk menghindari potensi risiko keuangan di masa depan.

Kata Kunci : Shopee PayLater, Perilaku Konsumtif, Mahasiswa Muslim.

PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya zaman, ilmu pengetahuan dan teknologi akan selalu mengalami peningkatan. Pengaruh teknologi yang semakin berkembang membuat aktivitas yang dilakukan tidak terlepas darinya. Shopee merupakan salah satu bentuk dari perkembangan teknologi masa kini. Pada awalnya shopee didirikan pada tanggal 5 Februari 2015 dan di luaskan ke tujuh negara secara bersamaan, ke tujuh negara tersebut adalah Malaysia, Singapura, Filipina, Indonesia, Vietnam, Thailand, Taiwan. Masuknya shopee ke pasar Indonesia yaitu pada akhir Mei 2015 dan mulai beroperasi pada akhir Juni 2015. Aplikasi shopee sangat mudah dalam penggunaannya dan juga memudahkan sang pengguna untuk melakukan transaksi pembayaran. Ada beberapa metode pembayaran pada aplikasi shopee ini yaitu bisa melalui transfer rekening bank, juga bisa membayar ke Alfamart atau Indomart terdekat, bisa juga dengan cara COD (Cash On Delivery). Shopee juga menawarkan layanan Shopee Paylater.

Shopee Paylater adalah layanan pinjaman atau kredit yang memungkinkan penggunaannya melakukan pembelian dengan pembayaran tertunda atau mencicil. Shopee Paylater memungkinkan penggunaannya membeli produk dan membayarnya nanti, biasanya dalam bentuk cicilan bulanan, sesuai jangka waktu yang disepakati. Transaksi Shopee Paylater sudah termasuk program Beli Sekarang Bayar Nanti yang diselesaikan dalam waktu satu bulan dan biaya cicilan minimal 2,95% (bunga dan biaya) untuk cicilan yang diselesaikan dalam waktu 3, 6, 12, 18, dan 24 bulan. Shopee Paylater terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Banyak orang, termasuk Mahasiswa, menggunakan fitur ini untuk berdagang online. Mahasiswa biasanya mempunyai kebutuhan yang berbeda-beda. Mahasiswa menggunakan fitur-fitur Shopee Paylater bukan hanya karena kebutuhan tetapi juga karena kesenangan dan keinginan akan gaya hidup yang mewah. Istilah tersebut biasa didengar dengan perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif adalah tindakan atau kebiasaan seseorang mengkonsumsi suatu barang dan jasa dalam jumlah berlebihan berdasarkan keinginan atau dorongan emosi daripada berdasarkan kebutuhan yang sebenarnya. Orang dengan perilaku konsumtif sering kali membeli barang yang sebenarnya tidak mereka perlukan hanya untuk memenuhi kebutuhan sementara, mengikuti tren, atau mendapatkan pengakuan sosial. Perilaku konsumen dapat berdampak negatif pada keuangan pribadi. menimbulkan hutang, mengurangi tabungan, dan menyebabkan tekanan finansial. Selain itu, perilaku ini juga dapat menimbulkan masalah lingkungan karena barang-barang yang tidak diperlukan, diproduksi dan dibuang.

LANDASAN TEORI

Shopee PayLatter

Shopee Payater adalah salah satu metode pembayaran yang tersedia di aplikasi Shopee. Shopee PayLater adalah fitur layanan pembayaran cicilan tanpa kartu kredit yang dikemas sebagai fitur PayLater di aplikasi Shopee. Fitur “beli sekarang, bayar nanti” ini memungkinkan kita membayar secara mencicil tanpa kartu kredit. Sebelumnya, jika membayar secara mencicil,



diperlukan kartu kredit untuk pengiriman uang. Namun, mengajukan kartu kredit tidaklah mudah dan tentunya membutuhkan waktu untuk mengaktifkan kartu tersebut. Akibatnya, tidak semua orang memiliki kartu kredit, dan hanya segelintir orang saja yang mempunyai akses terhadap pinjaman cicilan kartu kredit. Berbeda dengan Shopee PayLater yang lebih praktis karena dapat digunakan tanpa memerlukan proses pengajuan yang lama.

Shopee PayLater digunakan untuk memberikan pembayaran kredit atau cicilan kepada pengguna Shopee Indonesia hanya dengan membayar tepat waktu dan sebelum batas waktu. Mereka juga dapat meningkatkan batas pembayaran Shopee Mereka. Karen dkk (Napitupulu 2017: 28) menyatakan fitur adalah atribut suatu produk yang menunjukkan sejauh mana kebutuhan dan keinginan konsumen terpenuhi melalui kepemilikan, penggunaan, dan kenikmatan produk. Indikator karakteristik produk meliputi kemudahan penggunaan, kepuasan terhadap produk yang tersedia, desain menarik, dan kemudahan pemahaman. Shopee PayLater memungkinkan pengguna aktif berbelanja dengan mudah menggunakan pinjaman instan dengan suku bunga sangat rendah. Berbeda dengan Shoppe PayLater yang bisa langsung diaktifkan, metode pembayaran Shoppe PayLater saat ini hanya tersedia bagi pengguna aktif aplikasi shopee yang memenuhi persyaratan penggunaan. Ketentuan berikut harus dipenuhi:

1. Miliki akun shopee shopee yang terdaftar dan terverifikasi.
2. Telah memiliki akun aktif shopee minimal 3 bulan.
3. sering bertransaksi melalui aplikasi Shopee.
4. Aplikasi telah diupdate ke versi terbaru.
5. Mempunyai riwayat kredit yang baik dan lancar

Shopeepay sangat familiar di kalangan masyarakat umum Pengguna shopeepay mengandalkan beberapa elemen fitur shopee saat bertransaksi di shopeepay dan kerap mendapatkan promosi, kemudahan, kepercayaan dan pengalaman sebagai pengguna Shopeepay biasanya menggunakan penawaran seperti pengiriman gratis dan diskon untuk mendorong konsumen mengambil keputusan pembelian.

Bunga dan biaya Shopee PayLater

Cicilan Shopee PayLater dikenakan tingkat bunga dan berbagai biaya sebagai berikut: tingkat bunga adalah 2,95% dan mulai berlaku per 28 april 2020. Suku bunga ini dapat berubah sewaktu-waktu. jika Anda membayar dengan Shopee PayLater, dikenakan biaya 1% per transaksi. Keterlambatan pembayaran akan dikenakan denda sebesar 5%. Penting untuk dicatat bahwa denda keterlambatan pembayaran bisa sangat tinggi dan lebih mahal daripada bunga, sehingga konsumen harus lebih memperhatikan denda.

Perilaku Konsumtif Dalam Penggunaan Shopee PayLater

Istilah konsumtif biasanya diterapkan pada masalah yang berkaitan dengan perilaku konsumen dalam kehidupan manusia. Kata "Konsumtif" sering diartikan sama dengan "Konsumerisme". Padahal, kata konsumerisme mengacu pada segala sesuatu yang berhubungan dengan konsumen. Untuk meninjau perilaku konsumtif seseorang maka, perlu ditelusuri melalui pemahaman mengenai perilaku konsumen. Menurut Chita, David dan Pali (2015:25) mengatakan bahwa Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tiada batas, membeli sesuatu yang berlebihan atau secara tidak terencana. Perilaku konsumtif juga



dikenal sebagai perilaku atau gaya hidup yang suka menghabiskan uang tanpa berpikir. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kata "mengkonsumsi" berarti yang artinya digunakan, bukan diproduksi dengan sendirinya. Perilaku konsumtif juga merupakan suatu dorongan dalam diri individu untuk melakukan konsumsi tiada batas, di mana lebih mementingkan faktor emosional dari pada faktor rasional atau lebih mementingkan keinginan dari pada kebutuhan. Perilaku konsumtif ini terjadi karena seseorang tidak lagi membeli barang yang benar-benar dibutuhkan, tetapi semata-mata hanya untuk mencoba barang atau jasa yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan.

Perilaku konsumtif juga merupakan suatu dorongan dalam diri individu untuk melakukan konsumsi tiada batas, di mana lebih mementingkan faktor emosional dari pada faktor rasional atau lebih mementingkan keinginan dari pada kebutuhan. Perilaku konsumtif ini terjadi karena seseorang tidak lagi membeli barang yang benar-benar dibutuhkan, tetapi semata-mata hanya untuk mencoba barang atau jasa yang sebenarnya tidak terlalu membutuhkan. Dahlan (dalam Sumartono, 2002: 45) mengatakan bahwa perilaku konsumtif yang ditandai oleh adanya kehidupan mewah dan berlebihan, penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar-besarnya serta adanya pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata. Menurut Assuari perilaku konsumtif itu dapat terjadi dikarenakan adanya sikap positif terhadap diskon atau potongan harga, dengan dalih sebelum masa tempo diskon tersebut berakhir, maka konsumen akan membelanjakan uangnya tanpa pertimbangan yang rasional.

Perilaku konsumtif dapat mempengaruhi perkembangan kepribadian seseorang yang merasa tidak mampu atau tidak puas dengan keadaan saat ini dan mendorong seseorang untuk memenuhi tuntutan yang lebih tinggi dari kebutuhan. Hal ini juga disebabkan karena usia telah mengubah pola pikir, pandangan dunia, dan gaya hidup seseorang. Bahkan dapat mengubah perilaku konsumen untuk terus memenuhi keinginan Anda hanya karena ingin meningkatkan reputasi, menjaga reputasi, mengikuti fashion dan masih banyak alasan lain yang kurang penting.

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif

Menurut Kotler (2008: 166-187), faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Faktor kebudayaan mempunyai pengaruh yang paling luas dan mendalam. Beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dibahas di bawah ini. Faktor budaya, subkultur, dan kelas sosial sangat penting dalam perilaku pembelian.

1. Faktor budaya.

Budaya mempunyai pengaruh yang paling besar dan mendalam terhadap perilaku pembelian konsumen. Tenaga penjualan diharapkan memahami peran budaya di kalangan pembeli, subkultur, dan bahkan kelas sosial.

2. Faktor sosial.

Perilaku dan sikap pembeli dipengaruhi oleh faktor sosial seperti perilaku keluarga, kelompok pembanding, dan status sosial konsumen.

3. Faktor pribadi.



Keputusan pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi: usia pembeli, tahap kehidupan, pekerjaan, dan situasi ekonomi. Gaya hidup pembeli, kepribadian, situasi keuangan, gaya hidup, kepribadian, dan citra diri.

4. Faktor psikologi.

Tentu saja keputusan pembelian seseorang juga dapat dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama, antara lain pengetahuan (pembelajaran), kognisi, motivasi, keyakinan, dan sikap. Selain keempat faktor tersebut, perilaku konsumen juga dapat dipengaruhi oleh insentif pemasaran berupa bauran pemasaran yang terdiri dari saluran penjualan, produk, harga, dan penawaran.

METODE PENELITIAN

Dalam karya ini, metode penelitian kuantitatif digunakan. Penelitian Kuantitatif menggunakan metode observasi, wawancara, kuesioner dan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan, gaya hidup dan pengaruh sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan shopee paylater Berdasarkan analisis data dalam penelitian dengan variabel-variabel yang telah di analisis. Dengan hasil ini diharapkan dapat menjadi studi kasus nyata bagi mahasiswa mengenai faktor-faktor yang mendorong seseorang mahasiswa Muslim untuk terpengaruh menggunakan Shopee Paylater “beli sekarang bayar nanti”. Dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa aspek yang memengaruhi seseorang mahasiswa terpengaruh untuk menggunakan Shopee Paylater “beli sekarang bayar nanti” adalah perilaku konsumtif. Dari pengaruh tersebut diharapkan mahasiswa memahami dan mengetahui apa saja pengaruh seseorang dapat terpengaruh menggunakan Shopee Paylater “beli sekarang bayar nanti” maka, tingkat penggunaan Shopee Paylater “beli sekarang bayar nanti” yang berlebihan dapat diminimalisir.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dapat diketahui variasi Jenis Kelamin Responden yang tersaji dalam Tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| | | <i>Frequency</i> | <i>Percent</i> | <i>Valid Percent</i> | <i>Cumulative Percent</i> |
|-------|-----------|------------------|----------------|----------------------|---------------------------|
| Valid | Laki-Laki | 8 | 26.7 | 26.7 | 26.7 |
| | Perempuan | 22 | 73.3 | 73.3 | 100.0 |
| | Total | 30 | 100.0 | 100.0 | |

Dari tabel 2 di atas didapatkan jumlah responden yang bersedia untuk mengisi kuesioner adalah perempuan dengan jumlah 22 responden atau setara dengan 73,3%. Sedangkan responden laki-laki berjumlah 8 responden atau setara dengan 26,7%.



Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dapat diketahui variasi Usia Responden yang tersaji dalam Tabel 1 berikut ini:

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

| | | <i>Frequency</i> | <i>Percent</i> | <i>Valid Percent</i> | <i>Cumulative Percent</i> |
|-------|-------|------------------|----------------|----------------------|---------------------------|
| Valid | 17-20 | 26 | 86.7 | 86.7 | 86.7 |
| | 21-24 | 4 | 13.3 | 13.3 | 100.0 |
| | Total | 30 | 100.0 | 100.0 | |

Dari Tabel 1 di atas didapatkan jumlah responden dalam penelitian ini adalah kebanyakan berada pada usia 17-20 tahun dengan jumlah 22 responden atau 86,7%, dan sebagian kecil berusia >30 tahun (31-32 tahun) dengan jumlah 1 orang atau 2%. Hal ini menunjukkan jika rata-rata dari segi usia sebagian besar mahasiswa pengguna fitur SPayLater pada aplikasi Shopee adalah mahasiswa yang memiliki usia 20 tahun.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali menggunakan Shopee PayLater

| | | <i>Frequency</i> | <i>Percent</i> | <i>Valid Percent</i> | <i>Cumulative Percent</i> |
|-------|----------|------------------|----------------|----------------------|---------------------------|
| Valid | <1 kali | 23 | 76.7 | 86.7 | 86.7 |
| | 2-4 kali | 5 | 18.7 | 18.7 | 93.3 |
| | 8> kali | 2 | 6.7 | 6.7 | 100 |
| | Total | 30 | 100.0 | 100.0 | |

Dari Tabel 3 di atas didapatkan jumlah responden dalam penelitian ini adalah kebanyakan berada pada kurang dari 1 kali menggunakan Shopee PayLater dengan jumlah 23 responden atau 76,7%, dan sebagian kecil pada 2-4 kali menggunakan Shopee PayLater dengan jumlah 5 orang atau 18.7%. Hal ini menunjukkan jika rata-rata dari berapa kali penggunaan Shopee PayLater sebagian besar mahasiswa pengguna fitur SPayLater pada aplikasi Shopee adalah kurang dari 1 kali penggunaan.

Deskripsi Variabel Penelitian

Tanggapan Responden Terhadap Penggunaan Shopee PayLater (X)

Tanggapan pada tabel di bawah ini, yang ditentukan oleh responden dengan melengkapi tabel deskriptif, menjadi dasar analisis. Temuan studi deskriptif suku bunga deposito disajikan pada



bagian ini. Dalam penelitian ini, jawaban para partisipan dirangkum dengan menggunakan rata-rata (mean) dan standar deviasi (standar deviasi).

Berdasarkan nilai rata-rata dari masing-masing variabel dan dengan mempertimbangkan pendapat responden terhadap faktor penelitian dilakukan. Skor rata-rata tertinggi diberikan oleh responden 5 sedangkan terendah 1.

Berikut ini adalah definisi interval.

$$\text{Interval} = \frac{\text{skor maksimum} - \text{skor minimum}}{\text{Jumlah}} = \frac{5-1}{3} = 1,33$$

Untuk menentukan jawaban, dapat menentukan dengan level rata-rata dari jawaban responden sebagai berikut:

Skor rata-rata antara 1,00 – 2,33 :Rendah

Skor rata-rata antara 2,34 – 3,67 : Sedang

Skor rata-rata antara 3,60 – 5,00 : Tinggi

Nilai dari hasil dibawah ini yaitu Rendah untuk Pengguna Shopee PayLater diantara 30 Responden. Artinya, hampir semua responden memiliki keyakinan penuh, ragu-ragu atau tidak yakin.

| Item | OPS I | | | | | Mean | SD | Level |
|--|-------------|--------------|---------------|---------------|--------------|------|-------|--------|
| | SS | S | N | TS | STS | | | |
| Cenderung menggunakan Shopee PayLater lebih sering dibandingkan dengan opsi pembayaran lainnya | 1 (3,3%) | 2 (6.7%) | 4 (13,3%) | 11 (36.7%) | 12 (40,0) | 1.97 | 1.066 | Rendah |
| Shopee Paylater memberikan kemudahan untuk mendapatkan produk terlebih dahulu. | 2 (6.7%) | 4 (13.3%) | 13 (43.3%) | 5 (16.7%) | 6 (20.0%) | 2.70 | 1,149 | Sedang |



| | | | | | | | | |
|--|--------------|--------------|---------------|--------------|---------------|------|-------|--------|
| menggunakan Shopee PayLater karena berbelanja kebutuhan sehari-hari (pokok) yang tidak tercukupi dengan uang saku bulanan saya | 0 (0%) | 3 (10.0%) | 8 (26.7%) | 6 (26.7%) | 13 (43.3%) | 2.03 | 1,066 | Rendah |
| Setelah mengetahui tentang ShopeePaylater, berencana untuk menggunakan ShopeePaylater seterusnya | 1 (3,3%) | 3 (10,0%) | 3 (10,0%) | 9 (30.0%) | 14 (46.7%) | 1.93 | 1,143 | Rendah |
| Tidak terlalu tertarik menggunakan Shopee PayLater karena bunga yang tinggi | 4 (13.3%) | 7 (23.3%) | 11 (36.7%) | 2 (6.7%) | 6 (20.0%) | 3.03 | 1,299 | Sedang |

Tanggapan Responden Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim (X) UIN SMH Banten

Tanggapan pada tabel di bawah ini, yang ditentukan oleh responden dengan melengkapi tabel deskriptif, menjadi dasar analisis. Temuan studi deskriptif suku bunga deposito disajikan pada bagian ini. Dalam penelitian ini, jawaban para partisipan dirangkum dengan menggunakan rata-rata (mean) dan standar deviasi (standar deviasi).

Berdasarkan nilai rata-rata dari masing-masing variabel dan dengan mempertimbangkan pendapat responden terhadap faktor penelitian dilakukan. Skor rata-rata tertinggi diberikan oleh responden 5 sedangkan terendah 1.

Berikut ini adalah definisi interval.

$$\text{Interval} = \frac{\text{skor maksimum} - \text{skor minimum}}{\text{Jumlah}} = \frac{5-1}{3} = 1,33$$

Untuk menentukan jawaban, dapat menentukan dengan level rata-rata dari jawaban responden sebagai berikut:

Skor rata-rata antara 1,00 – 2,33 :Rendah



Skor rata-rata antara 2,34 – 3,67 : Sedang

Skor rata-rata antara 3,60 – 5,00 : Tinggi

Selain itu, hasil dari 30 responden menunjukkan pengaruh pendapat siswa yang rendah. Dengan kata lain, mayoritas peserta polling menunjukkan keinginan kurang sebagai Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim.

| Item | OPSI | | | | | Mean | SD | Level |
|--|-------------|--------------|--------------|--------------|---------------|------|-------|--------|
| | SS | S | N | TS | STS | | | |
| Membeli Produk menggunakan Shopee PayLater untuk mendapatkan potongan/gratis ongkos kirim | 2 (6.7%) | 6 (20.0%) | 6 (20.0%) | 8 (26.7%) | 8 (26.7%) | 2,53 | 1,279 | Sedang |
| Membeli produk menggunakan Shopee PayLater untuk mendapatkan hadiah promo tertentu. | 1 (3.3%) | 6 (20.0%) | 6 (20.0%) | 9 (30.0%) | 8 (26.7%) | 2,43 | 1,194 | Sedang |
| Membeli produk dengan menggunakan ShopeePayLater agar tidak ketinggalan model terbaru. | 1 (3.3%) | 4 (13.3%) | 5 (16.7%) | 7 (23.3%) | 13 (43.3%) | 2.10 | 1.213 | Rendah |
| Membeli suatu produk menggunakan Shopee PayLater untuk memperoleh pengakuan atas status ekonomi yang dimiliki. | 1 (3.3) | 4 (13.3) | 4 (13.3) | 6 (20.0) | 15 (50.0) | 2.00 | 1.232 | Rendah |
| Membeli produk dengan Model terbaru menggunakan Shopee PayLater agar tidak ketinggalan dari teman-teman. | 1 (3.3) | 3 (10.0) | 3 (10.0) | 8 (26.7) | 15 (50.0) | 1.90 | 1.155 | Rendah |

Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji Normalitas dilakukan dengan menggunakan Uji Kolmogorov Smirnov :

Tests of Normality

| | Kolmogorov-Smirnov ^a | | | Shapiro-Wilk | | |
|---|---------------------------------|----|-------|--------------|----|------|
| | Statistic | Df | Sig. | Statistic | df | Sig. |
| X | .100 | 30 | .200* | .965 | 30 | .408 |
| Y | .164 | 30 | .038 | .899 | 30 | .008 |



Berdasarkan hasil uji normalitas kolmogorov smirnov, maka diperoleh nilai dari (Y) penggunaan Shopee PayLater sebesar 0.408 dan (X) Perilaku Konsumtif sebesar 0.008 atau lebih kecil dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi tidak normal

Uji regresi Garis Lurus

Uji regresi garis lurus ini bertujuan untuk mengetahui dan mengukur pengaruh dan hubungan antara variabel bebas Penggunaan Shopee PayLater dengan variabel terikat yang mewakili Perilaku Konsumtif mahasiswa UIN SMH Banten. Penulis melakukan analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan software perangkat lunak SPSS. Konsekuensi yang terkait dengan perkembangan informasi disajikan dalam tabel berikut:

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | -1.295 | 2.003 | | -.647 | .523 |
| | X | 1.051 | .163 | .773 | 6.449 | .000 |

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel yang ada, formula regresi sederhana dapat disusun sebagai berikut:

$$Y = -1.295 + 1051X + e$$

Di mana:

Y: Perilaku Konsumtif

a: konstanta

β : Penggunaan Shopee PayLater

E: kesalahan

Dengan menggunakan rumus model di atas, dapat dijelaskan hubungan antara variabel dependen dan variabel independen sebagai berikut:

- Konstanta (a) yang diperoleh adalah -1.295
- Nilai koefisien Penggunaan Shopee PayLater(X) sebesar 1.051, yang berarti jika tingkat Penggunaan Shopee PayLater meningkat satu satuan, maka Perilaku Konsumtif akan meningkat sebesar 1.051 (atau 10,%) dengan asumsi variabel lain tetap konstan. Selain itu, dapat disimpulkan bahwa variabel Penggunaan Shopee PayLater memiliki pengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif.

Uji Koefisien Korelasi (r) dan Koefisien Determinasi (r²)



Fungsi utama dari analisis korelasi adalah untuk memahami keterkaitan antara variabel independen dan variabel dependen yang diukur melalui koefisien korelasi. Sementara itu, analisis koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana model dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen atau terikat. Tabel di bawah ini menunjukkan hasil dari analisis tersebut.

Hasil Analisis Korelasi (r) dan Determinasi (r^2)

Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .773 ^a | .598 | .583 | 3.460 |

a. Predictors: (Constant), X

Dalam tabel di atas model summary, tercatat nilai R sebesar 0,773 yang mengindikasikan korelasi atau hubungan sebesar 76,3%. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,598 menunjukkan bahwa variabel independen (Penggunaan Shopee PayLater) mempengaruhi variabel dependen (Perilaku Konsumtif) sebesar 58,8%. Hasil korelasi ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel bebas (Penggunaan Shopee PayLate) dan variabel terikat (Perilaku Konsumtif) sebesar 76,3%. Selain itu, pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebesar 59,8%, sedangkan sisanya 34,6% dipengaruhi oleh faktor lain.

Hasil Uji F Simultan Uji F

Uji F digunakan untuk memeriksa apakah Penggunaan (X) dan perilaku konsumtif (Y), dengan hipotesis dibawah ini :

Nilai dasar uji-t menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka H_0 ditolak
2. Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka H_1 diterima.

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 497.840 | 1 | 497.840 | 41.595 | .000 ^b |
| | Residual | 335.126 | 28 | 11.969 | | |
| | Total | 832.967 | 29 | | | |



a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X

Dari tabel uji F, diketahui bahwa nilai signifikansi (Sig.) adalah 0,000, yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi F kurang dari 0,05 ($\alpha = 5\%$). Oleh karena itu, hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima. Artinya, variabel independen Penggunaan ShopeePay Later (X) mempengaruhi variabel dependen, yaitu Perilaku Konsumtif (Y).

Uji Parsial (t)

Uji Parsial berguna untuk menentukan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila taraf signifikansi 0,05 dan derajat kebebasan (nk) dari variabel independen yang diuji menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen jika nilai t hitung $>$ t tabel. Sebaliknya, jika nilai t hitung $<$ t tabel, maka variabel independen yang diuji tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Tabel hasil pengujian dapat ditemukan di bawah ini:

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | -1.295 | 2.003 | | -.647 | .523 |
| | X | 1.051 | .163 | .773 | 6.449 | .000 |

a. Dependent Variable: Y

Dari tabel di atas terlihat bahwa uji parsial dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel dan nilai sig. dengan nilai alpha 0,05. Dikatakan berpengaruh signifikan jika nilai t hitung lebih besar dari nilai tabel dan nilai sig. kurang dari 0,05. Pada penelitian ini, nilai t-tabel didapatkan dengan menggunakan nilai $n = 30$ dan Penggunaan 5% ($\alpha = 0,05$) sebesar 1,697. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel tingkat Penggunaan Shopee PayLaer berpengaruh secara parsial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai t hitung yang lebih besar dari nilai tabel ($6,449 > 1,697$) serta nilai taraf signifikan sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Oleh karena itu, hipotesis nol ditolak dan hipotesis alternatif diterima.

KESIMPULAN

Hasil yang diperoleh dari analisis dan penelitian tentang Penggunaan dan pengaruh Shoppe Paylater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Muslim dengan menggunakan analisis data dan uji hipotesis :



1. Diketahui dari hasil uji normalitas nilai signifikansi untuk Penggunaan Shopee PayLater yaitu 0.408 dan untuk Perilaku Konsumtif adalah 0.008. Maka nilai signifikansi Penggunaan Shopee PayLater berdistribusi normal dan nilai signifikansi untuk Perilaku Konsumtif berdistribusi tidak normal karena lebih kecil dari 0.05.
2. Berdasarkan hasil model regresi sederhana Konstanta (a) yang diperoleh adalah -1.295 dan nilai koefisien Penggunaan Shopee PayLater(X) sebesar 1.051 yang berarti jika tingkat Penggunaan Shopee PayLater meningkat satu satuan, maka Perilaku Konsumtif akan meningkat sebesar 1.051 (atau 10,%) dengan asumsi variabel lain tetap konstan. Selain itu, dapat disimpulkan bahwa variabel Penggunaan Shopee PayLater memiliki pengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif.
3. Hasil korelasi determinasi menunjukkan bahwa hubungan antara variabel bebas (Penggunaan Shopee PayLate) dan variabel terikat (Perilaku Konsumtif) sebesar 76,3%. Selain itu, pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebesar 59,8%, sedangkan sisanya 34,6% dipengaruhi oleh faktor lain.
4. Diketahui dari Uji Simultan bahwa nilai signifikansi (Sig.) adalah 0,000, yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi F kurang dari 0,05 ($\alpha = 5\%$). Oleh karena itu, hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima. Artinya, variabel independen Penggunaan Shopee Pay Later (X) mempengaruhi variabel dependen, yaitu Perilaku Konsumtif (Y).
5. Uji parsial menunjukkan bahwa Pada penelitian ini, nilai t-tabel didapatkan dengan menggunakan nilai $n = 30$ dan tingkat kepercayaan 5% ($\alpha = 0,05$) sebesar 1,697. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel tingkat literasi keuangan syariah berpengaruh secara parsial terhadap niat menabung di perbankan syariah. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai t hitung yang lebih besar dari nilai tabel ($6,449 > 1,697$) serta nilai taraf signifikan sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Oleh karena itu, hipotesis nol ditolak dan hipotesis alternatif diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- administrasi Niaga, J., & Negeri Bandung, P. (2021). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce Di Indonesia Rahmatika Sari. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(1), 44.
- Adzah, I., Luthfiah, H., Asyifah, S., Hidayat Siregar, R., Hidayat, W., & Saraswati, H. (N.D.). *Pengaruh Persepsi Mahasiswa Uin Smh Banten Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah* (Vol. 2, Issue 2).
- Dattul Kahfie, A., Sapta Putra, S., Digdowiseiso, K., Ekonomi Dan Bisnis, F., & Nasional, U. (N.D.). *The Influence Of Product Quality, Service Quality, And Price Perceptions On Purchase Decisions At The Air Pray Depot Of Gondrong Jakarta Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Depot Air Pray Gondrong Jakarta*.



- Kepercayaan, P., Hidup Dan Pengaruh Sosial Terhadap Minat Penggunaan Shopee Paylater Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Sts Jambi Nur Izzati Maharani, G., & Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, U. (2023). Arsa Firman Syah Noor. *Jurnal Sains Student Research*, 1(2), 130–143. <https://doi.org/10.61722/Jssr.V1i2.120>
- Komala, M., Anggreani, M., Saraswati, H., Hidayat, W., & Sultan Maulana Hasanuddin, U. (2023). Pengaruh Kualitas Dalam Fitur Produk Di Bank Syariah Indonesia (Bsi) Terhadap Kepuasan Mahasiswa Uin Smh Banten. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(2), 190–209. <https://doi.org/10.59581/Jap-Widyakarya.V1i2.422>
- Lailatul Isna, W., Sholihah, L. N., & Kristina, S. M. (2023). Dampak Fitur “Shopeepay” Dalam Meningkatkan Pola Hidup Konsumtif Masyarakat. *Prosiding Seminar Nasional*, 144–157.
- Minanda, A., Roslan, S., & Anggraini, D. D. (N.D.). *Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo Kendari*.
- Mutthaqin, M. S., Wati, P., & Batubara, C. (N.D.). *Pengaruh Spaylater Dalam Online Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Muslim Di Febi Uinsu*. <https://doi.org/10.30651/Jms.V8i2.19402>
- Sari, E. A., Latifah, I., Ararizki, M. A., Jannah, M., Hidayat, W., Sultan, U., & Hasanuddin Banten, M. (2023). Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim. In *Ijm: Indonesian Journal Of Multidisciplinary* (Vol. 1). <https://journal.csspublishing/index.php/ijm>
- Widiawati, L., Hajidah, I. H., Wati, R. A., Saraswati, H., & Hidayat, W. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Bsi). *Student Research Journal*, 1(3). <https://doi.org/10.55606/Sjryappi.V1i2.315>