

**Pengaruh Fitur Shopee *Paylater* dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku  
Konsumtif**

**SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Strata S.1 dalam ilmu Ekonomi Islam



Devi Fitriani

1905026101

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
SEMARANG  
2023**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

### PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lampiran : 4 (empat) eksemplar  
Hal : Naskah Skripsi

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini saya kirim naskah Skripsi saudara :

Nama : Devi Fitriani  
NIM : 1905026101  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Judul : **Pengaruh Fitur *Paylater* dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Perilaku Konsumtif**

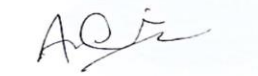
Dengan ini telah kami setuju dan mohon kiranya Skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasahkan. Demikian atas perhatiannya, harap menjadi maklum adanya dan kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I

  
**Johan Arifin, S.Ag.M.M.**  
NIP.197109082002121001

Pembimbing II

  
**Farah Amalia M.M.**  
NIP.199401182019032026

## PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka (Kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291 7624691, Semarang, Kode Pos 50155

### PENGESAHAN

Nama : Devi Fitriani  
NIM : 1905026101  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Judul Skripsi : Pengaruh Fitur Shopee Paylater dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif.

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude/baik/cukup, pada tanggal:

**28 Desember 2023**

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata I Tahun Akademik 2023/2024.

Semarang, 28 Desember 2023

#### Mengetahui

Ketua Sidang

**Rabi'atul Adawiyah, Lc., M.S.I.**  
NIP. 198911012019032008

Sekretaris Sidang

**Johan Arifin, S.Ag., MM.**  
NIP. 197109082002121001

Penguji I

**Dr. A. Turmudi, SH., M.Ag.**  
NIP. 196907082005011004

Penguji II

**Prof. Dr. H. Musahadi, M.Ag.**  
NIP. 196907091994031003

Pembimbing I

  
**Johan Arifin, S.Ag., MM.**  
NIP. 197109082002121001

Pembimbing II

  
**Farah Amalia, M.M.**  
NIP. 199401182019032026

## **MOTTO**

“Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.”

(Q.S Al- A'Raf 7:31)

“Tidak ada ujian yang tidak bisa diselesaikan. Tidak ada kesulitan yang melebihi batas kesanggupan. Ini karena Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kadar kesanggupannya.”

-(Q.S. Al-Baqarah;286)-

“Allah gave us this life because Allah knows that we're strong enough to live it”

-Anonymouse-

“It's not always easy but that's life”

-Mark lee-

## **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa shalawat serta salam penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW. Dengan penuh rasa syukur atas terselesaikannya skripsi ini maka penulis mempersembahkan kepada :

1. Kedua orang tua saya Bapak Suroso dan Ibu Sularmi yang tak henti-hentinya memberikan kasih sayang, doa dan dukungan moral maupun materiil.
2. Adik saya Natasya Regina Putri dan sepupu saya Nanda Rahmawati serta keluarga besar saya yang telah memberikan doa dan dukungan bagi penulis.
3. Teman-teman saya Kholifatur Rofiah, Jazilatul Ulya, Laila Safitri, Tian Widarti, dan Rania Nurul Khasanah yang terus memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.
4. Semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.  
Terimakasih

## DEKLARASI

### DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa Skripsi ini tidak berisi materi yang telah pernah ditulis orang lain atau diterbitkan. Demikian juga Skripsi ini tidak berisi pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan sebagai bahan rujukan.

Semarang, Desember 2023

Deklarator  
  
METERAL  
TEMPEL  
8220BAKX746384688

NIM.1905026101

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi kata – kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi berpedoman pada Surat Keputusan Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor : 158/1987 dan 0543b/U/1987.

### A. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	tsa'	s	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha'	h	Ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	Zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er

ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	tā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	‘	koma terbalik di atas
غ	gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	W
ه	ha'	H	Ha



ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	ya’	Y	Ye

### B. Konsonan Rangkap Karena Syaddah Ditulis Lengkap

التَّاس	Ditulis	Annasi
عَدَّة	Ditulis	‘iddah

### C. Ta’ Marbutah

Semua tā’ marbūtah ditulis dengan h, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمه	Ditulis	Himah
بركه	Ditulis	Berkah
هديه	Ditulis	Hidayah

### D. Vokal pendek dan penerapannya

َ	Fathah	Ditulis	A
َ	Kasrah	Ditulis	I
َ	Dhammah	Ditulis	U
ف ع ل	Fathah	Ditulis	<i>fa’ala</i>

ا ج ر	Kasrah	Ditulis	<i>Ajiro</i>
س ك ر	Dhammah	Ditulis	<i>sakuru</i>

### E. Vokal Panjang

1. Fathah + Alif جَاهِلِيَّة	Ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
2. harsaK+’ayōmati كَرِيم	Ditulis	<i>Karīm</i>
3. Dhammah + wawu mati يَعْلَمُونَ	Ditulis	<i>ya’lamūn</i>

### F. Vocal Rangkap

1. hahtaF+’ayōmati بَيْع	Ditulis	<i>baia</i>
2. Fathah + wawu mati فَوْق	Ditulis	<i>fauqo</i>

## ABSTRAK

Di era modern, dimana teknologi dan pengetahuan berkembang dengan pesat mengakibatkan perubahan pola gaya hidup dan kebutuhan manusia. Salah satunya merupakan inovasi fitur Shopee Paylater yang semakin meningkat penggunaannya dan berpotensi mengakibatkan perilaku konsumtif di kalangan masyarakat termasuk remaja. Kelompok remaja merupakan salah satu sasaran para produsen untuk menawarkan produknya, usia remaja merupakan masa ketika pola konsumsi seseorang terbentuk sehingga remaja menjadi sasaran empuk produsen untuk promosi melalui rayuan iklan, diskon atau kecenderungan untuk mengikuti teman dan lain sebagainya. Tujuan Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh fitur Shopee Paylater dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Objek penelitian ini merupakan mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri yang ada di Semarang yaitu UIN Walisongo, Universitas Diponegoro dan Universitas Negeri Semarang. Kajian ini adalah penelitian kuantitatif dengan mengumpulkan data menggunakan kuesioner. Pengambilan sampel menggunakan adalah *purposive sampling*. Dengan 100 responden Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu model regresi linier berganda dengan program SPSS Versi 25. Hasil penelitian menunjukkan variabel fitur Shopee Paylater dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Secara simultan variabel Shopee Paylater dan gaya hedonisme berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif sebesar 56.8%.

Kata kunci : **fitur Shopee Paylater, gaya hidup, perilaku konsumtif**

## **ABSTRACT**

In the modern era, where technology and knowledge are developing rapidly, this has resulted in changes in lifestyle patterns and human needs. One of them is the innovative Shopee PayLater feature which is increasingly being used potentially lead to consumptive behavior. Among the society, including teenagers. The teenage group is one of the targets for producers to offer their products, the teenage years is a period when, a person's consumption patterns are formed so they could be easy targets for producers for promotion through advertising, discounts because of their tendencies to follow their friends and so on. This research aims to test whether there is an influence of Shopee PayLater features and lifestyle on consumptive behavior. The objects of this research are students from state universities in Semarang, namely UIN Walisongo, Diponegoro University and Semarang State University. This study is quantitative research by collecting data using questionnaires. The sample was take using purposive sampling with 100 respondents.

The regression model used in this research is a multiple linear regression model with the SPSS Version 25 program. The research results show that the Shopee Paylater feature variables and the lifestyle have a positive and significant effect on consumptive behavior. Simultaneously, the Shopee Paylater variable and lifestyle have a significant effect on consumtive behavior by 56.8%.

**Keywords: Shopee Paylater features, lifestyle, consumptive behavior**

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Wr. Wb*

Puji syukur kehadiran Allah SWT penguasa alam semesta karena segala rahmat, taufiq dan hidayah-Nya. Tidak lupa kita panjatkan shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Fitur Shopee Paylater dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif”**. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan S1 pada jurusan S1 Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Penulis sangat paham bahwa terselesaikannya skripsi ini bukan hanya jerih payah dari penulis sendiri, tetapi melainkan ada banyak pihak yang dibelakang layar yang telah memberi dukungan, motivasi, bimbingan, saran, dan doa. Oleh karena itu, atas terselesaikan skripsi ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Nizar, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Bapak H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag, selaku Ketua Prodi S1 Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
4. Bapak Johan Arifin,S.Ag.,M.M. dan Ibu Farah Amalia,M.M, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya unruk memberikan arahan, masukan serta bimbinganya kepada penulis sehingga skripsi ini terselesaikan secara lancar dan baik.
5. Bapak Prof. Dr. H. Musahadi,M.Ag, selaku Wali Dosen yang telah memberikan arahan dan masukan selama penulis menuntut ilmu di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
6. Orang tua tercinta, Bapak Suroso dan Ibu Sularmi yang selalu memberikan cinta dan kasih sayang, semangat dan motivasi, serta doa yang tiada henti kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas pengorbanan dan kerja keras dalam mendidik saya.

Penulis percaya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, sehingga penulis akan sangat berterimakasih atas kritik dan saran yang bersifat membangun guna penyempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang membutuhkan.

*Wassalamu 'alaikum Wr.Wb*

Semarang, Desember 2023

Devi Fitriani

NIM.1905026101

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	i
PENGESAHAN .....	ii
MOTTO .....	iii
PERSEMBAHAN .....	iv
DEKLARASI .....	v
PEDOMAN TRANSLITERASI .....	vi
ABSTRAK .....	x
ABSTRACT .....	xi
KATA PENGANTAR .....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Sistematika Penulisan .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Kajian Teori .....	9
2.1.1. Tindakan yang Direncanakan (Theory of Planned Behavior).....	9
2.1.2. Pengertian Perilaku Konsumtif .....	10
2.1.3. Indikator Perilaku Konsumtif.....	12
2.1.4. Perilaku Konsumtif Menurut Islam.....	13
2.1.5. Pengertian Shopee Paylater.....	15
2.1.6. Gaya Hidup .....	16
2.1.7. Indikator Gaya Hidup.....	18
2.1.8. Gaya Hidup Menurut Islam.....	19
2.2 Penelitian Terdahulu .....	21
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritik.....	32
2.4. Hipotesis penelitian.....	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1. Jenis Penelitian.....	36
3.2. Sumber Data.....	36
3.2.1 Sumber primer.....	36
3.2.2 Sumber sekunder .....	36
3.3. Populasi dan Sampel .....	37
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.5 Variabel Penelitian dan Variabel Oprasional.....	40
3.5.1 Variabel penelitian .....	40
3.5.2 Definisi Oprasional .....	40
3.6 Teknik Analisis Data.....	43
3.6.1 Uji Statistik Deskriptif .....	43

3.6.2 Uji Instrumen Penelitian .....	44
3.6.2.1 Uji Validitas .....	44
3.6.2.2 Uji Realibilitas .....	45
3.6.3. Uji Asumsi Klasik .....	45
3.6.3.1 Uji Normalitas .....	45
3.6.3.2 Uji Multikolinieritas .....	46
3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas .....	46
3.6.4 Uji Hipotesis .....	47
3.6.4.1 Signifikan Parameter Individual (Uji-t) .....	47
3.6.4.2 Uji Koefisien Determinasi .....	48
3.6.5 Analisis Regresi Linier Berganda .....	48
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>48</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	49
4.2 Karakteristik Responden .....	49
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Universitas .....	49
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
4.3 Analisa Data .....	50
4.3.1 Uji Statistik Deskriptif .....	50
4.3.2 Uji Instrumen Penelitian .....	51
4.3.2.1 Uji Validitas .....	51
4.3.2.2. Uji Reliabilitas .....	52
4.3.3 Uji Asumsi Klasik .....	53
4.3.3.1 Uji Normalitas .....	53
4.3.3.2 Uji Multikolinearitas .....	55
4.3.3.3 Uji Heteroskedastisitas .....	56
4.3.4 Uji Hipotesis .....	57
4.3.4.1 Signifikan Parameter Individual (Uji-t) .....	57
4.3.4.2 Uji F (Simultan) .....	58
4.3.4.3 Uji Koefisien Determinasi .....	59
4.3.4.4 Analisis Regresi Linier Berganda .....	60
4.4 Pembahasan .....	61
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>65</b>
5.1. Kesimpulan .....	65
5.2. Saran .....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>67</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>74</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>91</b>



## DAFTAR TABEL

Table 1 . Penelitian Terdahulu.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Table 2 . Populasi dan Sampel.....	37
Table 3 . Definisi Operasional.....	40
Table 4 . Distribusi Sampel.....	49
Table 5 . Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Table 6 . Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	50
Table 7 . Hasil Uji Validitas.....	52
Table 8 . Hasil Uji Realibilitas.....	53
Table 9 . Hasil Normalitas Kolmogorov Smirnov.....	55
Table 10 . Hasil Uji Multikolinearitas.....	56
Table 11 . Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	56
Table 12 . Hasil Uji T.....	58
Table 13 . Hasil Uji F.....	59
Table 14 . Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	59
Table 15 . Hasil Persamaan Regresi Linear Berganda.....	60

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 . Penggunaan Fitur Paylater Platfrom E-commerce .....	3
Gambar 2 . Histogram Uji Normalitas.....	54
Gambar 3 . Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	54

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 . Permohonan Kuisioner .....	74
Lampiran 2 . Tabulasi Data .....	77
Lampiran 3 . Output SPSS Uji Statistik Deskriptif .....	84
Lampiran 4 . Hasil Output SPSS Uji Validitas .....	84
Lampiran 5 . Hasil Output Uji Realibilitas .....	86
Lampiran 6 . Hasil Output SPSS Uji Normalitas .....	87
Lampiran 7 . Hasil output SPSS histogram normalitas .....	88
Lampiran 8 . Hasil output uji SPSS multikolineritas .....	89
Lampiran 9 . Hasil Uji Output SPSS Heterokiditas .....	89
Lampiran 10 . Hasil Output SPSS Analisis Linier Berganda .....	90
Lampiran 11 . Hasil Output SPSS Uji F .....	90
Lampiran 12 . Hasil Output SPSS Hasil Uji T .....	90

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perilaku konsumtif didefinisikan sebagai kecenderungan untuk membeli atau menggunakan suatu produk secara berlebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan atau kebermanfaatannya. Ini berarti bahwa seseorang membeli barang bukan didasarkan pada kebutuhan tetapi karena terpicat hadiah atau barang tersebut sedang menjadi tren. Banyak faktor yang dapat menyebabkan perilaku konsumtif sehingga fenomena ini pasti akan terus berkembang. Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai mempergunakan barang dan produk dengan cara yang tidak efisien dan tidak perlu yang berfokus pada keinginan di atas kebutuhan atau disebut dengan cara hidup yang hedon atau berlebihan.

Fenomena yang terjadi saat ini menunjukkan bahwa individu yang berperilaku konsumtif tidak memperhatikan usia, jenis kelamin, maupun pekerjaan. Mereka bisa saja orang dewasa, orang tua, atau remaja. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa remaja cenderung berperilaku konsumtif. Menurut Asisi dan Purwanto<sup>1</sup> menjelaskan bahwa perilaku konsumtif biasanya sering terjadi pada mahasiswa karena ingin menunjukkan diri bahwa mereka juga mengikuti trend yang sedang menjadi sorotan. Dengan suka rela, mengeluarkan uang untuk menuruti segala keinginannya, bukan karena sebuah kebutuhan yang harus dipenuhi, dengan kecenderungan yang senang menghamburkan uang untuk membeli makanan, pakaian, dan pamer. Misalnya, berpergian ke tempat ramai seperti mall, kafe, restoran hanya sebatas mencari kesenangan dengan cara foto dan mengunggahnya di instastory pribadi. Menurut Triyaningsih<sup>2</sup> menjelaskan bahwa remaja putri cenderung

---

<sup>1</sup> Asisi. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. *HIRARKI: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan*, 2 (1), 107-118.

<sup>2</sup> Triyaningsih, SL. 2011. Dampak Online Marketing Melalui Facebook Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat(Online).

berperilaku konsumtif dibandingkan remaja putra karena remaja putri lebih menyukai belanja seperti tas untuk sekedar main, tas untuk sekolah atau tas untuk pergi ke acara fomal.

Menurut Sari<sup>3</sup> perilaku konsumtif pada remaja sangat dipengaruhi oleh faktor lingkungan dan pergaulannya, remaja dalam lingkungan sosial di mana teman-temannya terlihat menarik akan merasa tidak terkalahkan dan ingin mengungguli penampilan teman-temannya.. Oleh karena itu, hal ini mendorong perilaku belanja di kalangan anak muda, khususnya pelajar ataupun mahasiswa. Gumulya & Widiastuti<sup>4</sup> dalam penelitiannya bahwa mahasiswa lebih khawatir tentang uang saku mereka untuk membeli produk-produk yang sedang menjadi trend masyarakat untuk mengikuti petunjuk terbaru dan diakui oleh teman-teman mereka bahwa mereka orang mampu daripada membeli kebutuhan yang lebih penting dalam perkuliahannya (seperti buku) untuk menunjang perkuliahan mereka.

Prita hapsari geonzi menyatakan bahwa budaya konsumtif sebagai gaya hidup adalah salah satu faktor yang dapat menjadi penghambat kaum muda untuk mempersiapkan kehidupannya di masa depan Pembicara Divisi Pembukuan, Tenaga Kerja Bidang Keuangan dan Bisnis (FEB) UI memahami bahwa perkiraan ini didasarkan pada hasil penelitian Rumah123.com dan Karir.com pada tahun 2017 yang menunjukkan bahwa rata-rata pertumbuhan tingkat gaji rata-rata melebihi kenaikan sepanjang tahun. Tahun 2016 sebesar 10 persen, sedangkan biaya perluasan rumah tidak kurang dari 20%. Tercatat berdasarkan kajian Indonesia Property Watch (IPW) yang disampaikan pada tahun 2022, lebih dari 50% masyarakat usia dua puluh hingga tiga puluh tahun memiliki rumah berkat bantuan orang tuanya. Sementara itu, hanya 40,95 persen yang benar-benar memanfaatkan uang yang mereka peroleh dengan

---

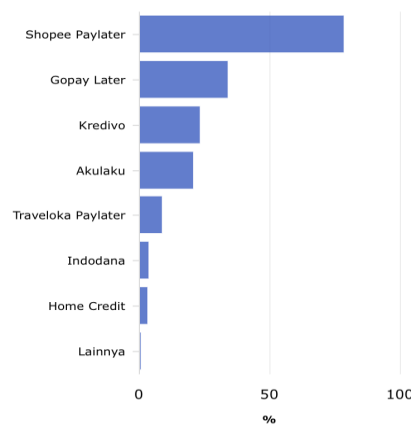
<sup>3</sup> Sari, C. A. (2015). Perilaku Berbelanja Online Di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga. *Jurnal Antro Unair*, 4(2), 205–216.

<sup>4</sup> Gumulya, J., & Widiastuti, M. (2013). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi Esa Unggul*, 11(01).

baik. Sementara itu, 39,05 persen lulusan perguruan tinggi dibantu oleh orang tuanya dalam membayar cicilan di muka atau cicilan rumah. Sebanyak 12,38 persen terbantu sepenuhnya oleh masyarakatnya. Sisanya tidak membeli properti sejak mereka memperolehnya. Menurut Prita, inovasi di bidang financial technology (fintech) seperti paylater telah memudahkan generasi muda dalam membeli barang sehingga memperparah perilaku konsumtif generasi muda tersebut.<sup>5</sup>

Trend penggunaan fitur Paylater atau fitur kredit yang disediakan platform e-commerce, membuat system transaksi online menjadi praktis. Baik dalam segi persyaratan, pendaftaran, dan pengaktifan yang terbilang relatif mudah menjadikan paylater menjadikan system pembayaran kredit yang lebih unggul dibandingkan dengan bank. Berikut grafik penggunaan paylater platform *ecommerce*:

**Gambar 1. Penggunaan Fitur Paylater Platform *E-commerce***



Sumber : DailySocial.id, 23 Desember 2021

Berdasarkan studi DailySocial, pelanggan paling banyak menggunakan layanan Shopee Paylater sepanjang tahun 2021. Angkanya mencapai 78,4%.

---

<sup>5</sup> Trisna wulandari, *Mahasiswa Kecanduan Paylater Konsumtif Pakar UI Ingatkan Dampaknya*. Detik.com (diakses 10 okt 2023).

Kemudian, Gopay Later berada di posisi kedua sebagai komponen kompensasi nanti yang umumnya terkenal di kalangan masyarakat umum. Sebanyak 33,8% responden mengaku sudah menggunakan fitur paylater di layanan Gojek. Kemudian, 23,2% responden memanfaatkan pay later termasuk di Kredivo. Selain itu, terdapat 20,4% responden yang memanfaatkan fitur bayar nanti pada administrasi Akulaku. Terdapat juga 8,6% konsumen yang menggunakan layanan Traveloka PayLater. Fitur paylater masing-masing digunakan oleh 3,3% dan 2,8% pelanggan di Indodana dan Home Credit. Sisanya 0,4% pembeli menggunakan pembayaran nanti termasuk pada administrasi lain. Dari hasil review di atas, fitur PayLater sangat terkenal di kalangan masyarakat umum, banyak sekali aplikasi yang memanfaatkan PayLater, namun yang paling terkenal adalah Shopee PayLater.

Shopee paylater merupakan teknik cicilan pada aplikasi shopee. Menurut Aristanti, ada beberapa keunggulan Paylater yang digunakan sebagai metode cicilan pilihan yang sangat dikenal oleh mahasiswa karena siklusnya yang cepat dan fungsional. Tingkat kemampuan mahasiswa dalam berbelanja sangat mengunggulkan atau memprioritaskan cicilan sebagai porsi angsuran atau tenor dengan pertukaran yang mudah dan aman. Pemilihan angsuran dapat disesuaikan dengan kemampuan pembeli sehingga menyebabkan mahasiswa merasa lebih nyaman dan tenang saat membayar angsuran. Mereka diperbolehkan memilih apakah mereka perlu membayar pada saat ini, yang berarti bunganya lebih sedikit, begitu pula sebaliknya.<sup>6</sup> Penelitian yang dilakukan Adinda, Natasya Diva<sup>7</sup>, Sonia, dkk<sup>8</sup> dan D,Ayu Mitra Lestari<sup>9</sup>.

---

<sup>6</sup> Aristanti, N. D. (2020). *PayLater, Kartu Kredit Zaman Now yang Ternyata Bisa Bikin Kalap Belanja! Koin Works*. <https://koinworks.com/blog/apa-itu-pay-later/>

<sup>7</sup> Adinda , Natasya.2022. *FENOMENA BELANJA ONLINE : KASUS PENGGUNA FITUR SHOPEE PAYLATER Studi Kasus pada 4 Mahasiswa Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Jakarta 2020*. Journal of society studies Vol. 2, No. 2, Des 2022

<sup>8</sup> Sonia Aftika ,Hanif , Yulistia Devi.2022. *PENGARUH PENGGUNAAN SISTEM PEMBAYARAN SHOPEEPAYLATER “BAYAR NANTI” TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA UIN RADEN INTAN LAMPUNG DALAM PERSPEKTIF BISNIS SYARIAH*. Jurnal Manajemen Bisnis Islam Volume 3, No 1,hal 81-100

<sup>9</sup> D’Ayu Mitra Lestari. 2022. Pengaruh Kemudahan dan Kemanfaatan Fitur Shopee paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial.

Menunjukkan bahwa fitur shopee paylater berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Elpa Julita<sup>10</sup> mengatakan bahwa shopee paylater tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Gaya hidup berkembang karena ada kebutuhan, tuntutan dan penguatan, adalah mazhab behavioristik yang menyatakan bahwa suatu perilaku akan diulangi bila perilaku tersebut membawa kepuasan atau kenikmatan dan tidak ada hukuman yang menyertainya. Gaya hidup didefinisikan sebagai pola di mana orang hidup dan menghabiskan waktu dan uang.

Perilaku konsumtif pun dipengaruhi oleh gaya hidup. Sejauh ini berbagai penelitian menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Dinda Dwi Octafinna<sup>11</sup>, Sri Cahyanti<sup>12</sup>, Sri Astuti Setianingsih<sup>13</sup>, dan Jimmi Pratama Sinurat<sup>14</sup> Sebaliknya penelitian yang dilakukan Hadiman<sup>15</sup> mengatakan bahwa gaya hidup tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Didalam ajaran islam berperilaku berhemat sangat dianjurkan, hal ini dijelaskan pada Al-Qur'an surah Al-raf :

---

<sup>10</sup> Elpa Julita, "PENGARUH PENGGUNAAN SHOPEE PAYLATER TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA MUSLIM (STUDI PADA MAHASISWA FEBI UIN FATMAWATI SUKARNO BENGKULU)"(Uin Fatmawati Sukarno,Bengkulu 2022)

<sup>11</sup> Dinda Dwi Octafinna, "Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Persahabatan, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi (Studi Kasus Mahasiswi Ekonomi Syariah angkatan tahun 2014-2016)" (UIN Sunan Ampel Surabaya 2018).

<sup>12</sup> SriCahyanti, "Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup dan Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Bidikmisi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan Dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating" (UIN Sumatera Utara Medan, 2021).

<sup>13</sup> SriAstuti Setianingsih, "Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto)" (IAIN Purwokerto, 2018).

<sup>14</sup> Jimmi Pratama Sinurat, "Pengaruh Pendapatan OrangTua dan Gaya Hidup Mahasiswa terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pendidikan Bisnis Stambuk. 2017" (Universitas Negeri Medan, 2021).

<sup>15</sup> Pascaria Estrella Glorintani Hadiman, "Pengaruh Literasi Ekonomi, Gaya Hidup, dan Kelompok Teman Sebaya, dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Ekonomi Universitas Sanata Dharma" (Sanata Dharma Yogyakarta, 2021).



﴿ يَبْنِي ۚ آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا ۚ إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ﴾

﴿ إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ﴾

Artinya: Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan. (Q.S Al- A'raf 7:31)<sup>16</sup>.

Ayat diatas mengandung makna bahwa Allah SWT melarang sesuatu yang berlebihan. Sikap berlebihan adalah melakukan sesuatu bukan karena unsur dari kebutuhan hal ini termasuk larangan dalam Al-Qur'an<sup>17</sup> Menurut Usman Effendi, konsumtif adalah perilaku pemanfaatan yang tidak efisien dan berlebihan, yang mengutamakan keinginan di atas kebutuhan, atau dapat diartikan sebagai gaya hidup mewah.<sup>18</sup>

Sesuai dengan uraian diatas peneliti ingin menggali lebih dalam ke dasar masalah ini lebih lanjut apakah penggunaan fitur shopee paylater dan gaya hidup mempengaruhi perilaku konsumtif pada mahasiswa. Berdasarkan uraian diatas peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Fitur Shopee paylater dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Dari pengertian latar belakang diatas maka masalah yang dapat dirangkum dari pengertian diatas :

1. Apakah Shopeepaylater berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa?

---

<sup>16</sup> Tafsirweb.com: surat-al-araf-ayat-31 (diakses 4 mei 2023)

<sup>17</sup> Imam Asy-Syaukani, Tafsir Fathul Qadir Jilid 4 , terj. Amir Hamzah Fachruddin, (Jakarta:Pustaka Azzam, 2010), hlm.55.

<sup>18</sup> Effendi, U. 2016. Psikologi Konsumen. Jakarta: Rajawali Pers.

2. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini dari rumusan diatas adalah sebagai berikut

1. Untuk menguji apakah shopeepaylater berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
2. Untuk menguji apakah gaya hidup berpegaruh signifikan terhadap mahasiswa.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### 1. Manfaat Praktis

Karya tulis ilmiah ini diharapkan dapat mengenali faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembeli kalangan mahasiwa. Karya tulis ilmiah ini juga diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi para pembaca lainnya dalam mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya bidang keuangan.

#### 2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya sebagai pengembangan ilmu atau bahan kajian ilmu sosial yang berkaitan dengan perilaku konsumtif.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistem penulisan ini bertujuan untuk memudahkan pembahasan dan pemahaman sistematis keseluruhan penulisan skripsi. Adapun sistematika penulisan skripsi sebagai berikut :

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab pendahuluan berisi tentang latar belakang masalah yang mengandung penjelasan masalah yang harus dihadapi untuk dipecahkan, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, sistematika penulisan.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab tinjauan pustaka berisis kerangka teori untuk menuntun bagi peneliti dalam melakukan penelitian dan hipotesis yang merupakan jawaban sementara atau sub bab masalah.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini merupakan penjabaran dari metode penelitian yang terdapat pada bab pendahuluan, adapun sub bab dalam metode penelitian yaitu: jenis dan sumber data yang terdiri dari data primer dan data sekunder, populasi dan sample, variabel penelitian dan pengukuran, teknik analisis data.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi hasil dari penelitian yang berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, karakteristik responden, statistik deskriptif, pengujian dan hasil analisis data serta pembahasan

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan hasil, saran dan penutup skripsi.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Kajian Teori**

##### **2.1.1. Technology Acceptance Model (TAM)**

Technology Acceptance Model (TAM), diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1989, adalah adaptasi dari Theory of Reasoned Action (TRA) yang didedikasikan untuk memodelkan penerimaan pengguna (user acceptance) terhadap teknologi. Untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan penggunaan teknologi informasi, telah dibuat beberapa model penelitian, diantaranya yang terekam dalam berbagai literatur dan referensi hasil penelitian di bidang teknologi informasi seperti TRA, Theory of Planned Behavior (TPB), dan TAM yang dikembangkan oleh Davis et al., merupakan salah satu model penelitian yang paling banyak digunakan dalam penelitian teknologi informasi karena model penelitian. TAM adalah teori yang dikembangkan untuk menjelaskan bagaimana pengguna memahami dan menggunakan teknologi informasi. TAM menggunakan TRA Fishbein Ajzen dengan digunakan untuk mengetahui tingkat penerimaan responden dalam menerima teknologi informasi. Banyak perubahan yang telah dilakukan pada model TAM dari waktu ke waktu. Venkatesh dan Davis 1996 menyatakan eliminasi variabel sikap terhadap penggunaan (attitude toward using) dalam bentuk asli TAM. Konstruk sikap penggunaan tidak dimasukkan karena tidak berpengaruh signifikan terhadap niat berperilaku. Dengan cara ini, alur TAM menjadi persepsi kemanfaatan (Perceived Usefulness) yang dirasakan dan persepsi kemudahan penggunaan (Perceived Ease of Use) secara langsung memengaruhi niat perilaku untuk menggunakan (Behavioral Intention To Use). Akhirnya, ini menunjukkan Penggunaan Sistem Aktual (Actual System Use).<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> Jugiyanto. (2007). Sistem Informasi Keprilakuan. Andi Offset

TAM merupakan salah satu jenis teori yang menggunakan pendekatan teori perilaku yang banyak digunakan untuk mengkaji proses adopsi teknologi informasi. Namun, apa yang disebut model yang baik tidak hanya memprediksi, tetapi juga harus dapat menjelaskan. Ternyata, model TAM dan indikatornya terbukti efektif dalam mengukur penerimaan teknologi informasi. Perilaku dalam menggunakan informasi teknologi dimana adanya manfaat dan kemudahan dalam menggunakan layanan shopee paylater sehingga adanya kepercayaan dari pengguna layanan tersebut bahwa dengan menggunakan sistem tersebut dapat meningkatkan kinerjanya dan tidak diperlukan usaha apapun. Sehingga ketika pengguna merasa bahwa suatu teknologi mudah digunakan atau dioperasikan. Tujuan awal dari penyedia layanan untuk memuaskan pengguna layanan agar mendapat informasi yang dibutuhkan. Kegunaan yang dirasakan dari keunggulan teknologi dapat diukur berdasarkan beberapa faktor, sebagai berikut: penggunaan teknologi dapat meningkatkan produktivitas pengguna, penggunaan teknologi dapat meningkatkan efisiensi pengguna, penggunaan teknologi dapat meningkatkan efisiensi proses yang dilakukan oleh pengguna.<sup>20</sup>

### **2.1.2. Pengertian Perilaku Konsumtif**

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 Fryzia perilaku konsumtif diartikan sebagai kecenderungan mengkonsumsi barang secara berlebihan tanpa berbagai pertimbangan, dimana masyarakat hanya melihat dari sisi kesenangan dan mementingkan prioritas daripada kebutuhan.<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> Wijaya, Stevanus Wisnu. 2006. Kajian Teoritis Technology Acceptance Model Sebagai Model Pendekatan Untuk Menentukan Strategi Mendorong Kemauan Pengguna Dalam Menggunakan Teknologi Informasi dan Komunikasi. Prosiding Konferensi Nasional Sistem Informasi. Yogyakarta.

<sup>21</sup> Fryzia, A.(2014). Gaya Hidup Remaja Konsumtif. kompasiana

Dalam bukunya Lubis menggambarkan perilaku konsumtif sebagai perilaku yang didasarkan pada keinginan yang telah mencapai tingkat yang tidak rasional.<sup>22</sup> Chita, David dan Pali mengungkapkan perilaku konsumtif didefinisikan sebagai kecenderungan manusia untuk membeli sesuatu secara berlebihan dan tidak terkontrol.<sup>23</sup> Perilaku konsumtif dapat digambarkan dalam berbagai cara salah satunya adalah menggunakan produk secara tidak tuntas, yang berarti bahwa seseorang telah menggunakan produk lain untuk tujuan yang sama dan telah mengeluarkan lebih banyak uang. Selain itu perilaku konsumtif menunjukkan pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh Hasrat untuk memenuhi keinginan kesenangan semata-mata.<sup>24</sup> Perilaku konsumtif 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.

Dapat disimpulkan perilaku konsumtif merupakan cara berperilaku membeli dan memanfaatkan produk yang tidak bergantung pada pertimbangan yang masuk akal dan cenderung mengkonsumsi tanpa batas dimana masyarakat hanya mementingkan keinginan dibandingkan kebutuhan dan digambarkan dengan kehidupan yang boros dan berlebihan, pemanfaatan sumber daya alam. banyak hal paling mewah yang memberikan kepuasan dan kenyamanan nyata.

---

<sup>22</sup> Bukhori Alma, *Kewirausahaan Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Bagi Mahasiswa dan Masyarakat Indonesia* (Bandung: Alfabeta, 2006).

<sup>23</sup> Chita, R. C. M., David, L., & Pali, C. (2015). Hubungan antara self-control 11 dengan perilaku konsumtif online shopping produk fashion pada mahasiswa fakultas kedokteran Universitas Sam Ratulangi angkatan 2011. *Jurnal E-Biomedik (eBm)*, 3(1), 297–302.

<sup>24</sup> Achmad Syaifu Ramadhan, "Hubungan Gaya Hidup Konsumtif dengan Harga Diri Mahasiswa" (Universitas Indonesia, 2012).

### 2.1.3. Indikator Perilaku Konsumtif

Menurut Mowen indikator perilaku konsumtif secara operasional antara lain<sup>25</sup>:

a. Membeli produk karena iming-iming hadiah.

Seseorang yang membeli suatu karena terdapat bonus yang tersedia jika membeli barang tersebut. Ini memberi pelanggan/ konsumen kesan bahwa mereka mendapatkan lebih banyak dengan hanya membeli satu produk

b. Membeli produk karena pemasarannya menarik.

Pembeli mahasiswa secara efektif terpancing untuk membeli produk yang dibungkus dengan nyaman dan ditingkatkan dengan varietas yang memikat. Pada akhirnya, inspirasi untuk membeli barang tersebut pada dasarnya karena barang tersebut dikemas dengan sempurna dan menarik.

c. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi.

Pembeli mahasiswa ingin membeli, karena pada umumnya mahasiswa mempunyai keistimewaan tersendiri dalam berpakaian, memasak, menata rambut, dan lain-lain sehingga mahasiswa pada umumnya mempunyai penampilan yang dapat menarik perhatian orang lain, mahasiswa mengeluarkan uang yang lebih banyak untuk membantu kebutuhan penampilan sendiri.

d. Membeli produk atas pertimbangan harga mahal dianggap gengsi.

Konsumen mahasiswa sangat tertarik untuk membeli karena mahasiswa biasanya memiliki kualitas baru dalam hal pakaian, tata rias, potongan rambut, dll. Agar selalu terlihat menarik, pelajar menghabiskan lebih banyak uang untuk memperbaiki penampilan mereka.

e. Membeli produk hanya sekadar menjaga simbol status.

Mahasiswa memiliki daya beli yang tinggi, baik dalam berbusana, berdandan, potong rambut, dan lain-lain sehingga dapat mencerminkan sifat pilih-pilih dengan barang-barang mahal dan memberikan kesan

---

<sup>25</sup> Mowen dan Michael, Perilaku Konsumen.

berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi. Membeli suatu barang dapat memberikan daya tarik yang dangkal agar terlihat lebih keren tanpa membuat orang lain gentar.

- f. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan. Jika mahasiswa mengidolakan publik figure untuk produk tertentu mereka cenderung meniru perilaku tokoh idolanya dengan menggunakan apa pun yang dapat dipakai oleh idolanya. Selain itu siswa cenderung memakai dan mencoba barang yang ditawarkan oleh karena itu barang apa pun yang dipakai idolanya akan dipertimbangkan oleh mahasiswa saat memilih barang apa yang akan mereka kenakan.
- g. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda). Karena mahasiswa pada umumnya ingin melihat perbedaan keunggulan suatu produk dengan produk lainnya, maka mahasiswa akan sering menggunakan produk dari merek yang sama dengan merek yang berbeda.

#### **2.1.4. Perilaku Konsumtif Menurut Islam**

Konsumsi dalam islam berkaitan erat dengan peran yang dimainkan oleh iman, yang merupakan standar penting karena iman menawarkan perspektif berbeda mengenai dunia secara keseluruhan, termasuk gaya hidup, perilaku, selera, mentalitas, aset, dan lingkungan. Dalam sudut pandang ini kita dapat membahas tentang konstruksi halal dan haram, pelarangan israf, haramnya pemborosan dan membual, pemanfaatan sosial dan sudut pandang normalisasi lainnya menurut sudut pandang ini. Dalam hal pemanfaatan, Islam tidak menjunjung kepuasan yang tiada batasnya. Kebutuhan manusia dapat mencakup hal-hal seperti prasyarat kegembiraan dan kemewahan. Islam menganjurkan agar masyarakat dapat bertindak secara sentral (moderat) dan fundamental (lemah).<sup>26</sup> Pengeluaran yang disarankan dalam Islam adalah apa yang digunakan untuk memenuhi

---

<sup>26</sup> Muhammad Ridwan, Isnaini Harahap, and Pangeran Harahap, —Keputusan Pembelian Melalui Situs Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Lazada Di Medan),*J-EBIS* 3, no. 2 (2018): 132–47.



kebutuhan dan berfungsi secara wajar seperti yang dijelaskan pada QS. al-Furqān [25]:67:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ﴿٦٧﴾

Artinya: Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.

Kualitas konsumsi dalam aspek keuangan syariah adalah sebagai berikut:

1. Pemanfaatannya tentu saja bukan suatu kegiatan tanpa batas, melainkan dibatasi oleh gagasan halal dan larangan syara’.
2. Pembeli secara rasional melakukan pembelian berdasarkan kebutuhan jasmani dan rohaninya. Diharapkan bahwa ajaran islam akan mengingatkan orang untuk membelanjakan uang sesuai kebutuhan.<sup>27</sup>
3. Pengembangan konsumsi yang diizinkan dalam aspek keuangan Islam (mustawa al-kifayah) adalah, melampaui apa yang dianggap mungkin dan tersedia bagi banyak pembeli Muslim untuk melakukan praktik pemanfaatan. Berpusat pada kebutuhan pemanfaatan antara daruriyat, hajiyat dan tahsiniyat. Daruriyat merupakan produk yang dapat memenuhi kebutuhan paling mendasar konsumen umat Islam, khususnya dalam konteks menjaga agama (hifz al-din), menjaga jiwa (hifz al-nafs), menjaga keturunan (hifz al-nasl), menjaga kepemilikan, dan kekayaan (hifz al-mal), serta menjaga akal (hifz al-aql). Sedangkan hajiyat adalah barang yang bisa menghilangkan masalah dan cukup unik dalam hubungannya antara satu orang dengan orang lain, misalnya tempat tinggal, kendaraan yang sangat besar, dan lain sebagainya.

---

<sup>27</sup> Muhammad Ridwan, Isnaini Harahap, and Pangeran Harahap, —Keputusan Pembelian Melalui Situs Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Lazada Di Medan),| J-EBIS 3, no. 2 (2018): 132–47.

Sementara itu, tahsiniyat merupakan barang setara yang pemanfaatannya tidak boleh melampaui dua syarat penggunaan di atas.<sup>28</sup> Menurut uraian sebelumnya, ekonomi Islam mengartikan konsumsi sebagai pengeluaran yang sesuai dengan prioritas terhadap barang yang akan dibeli dan mendahulukan kebutuhan di atas nalar.

#### **2.1.5. Pengertian Shopee Paylater**

SPayLater tidak menggunakan sistem cicilan yang menggunakan sistem pembayaran dan pengantaran, namun “Beli Sekarang, Bayar Nanti” atau sistem pembelian barang di Shopee yang cicilannya dilakukan di kemudian hari. Dengan melakukan cicilan SPayLater, Anda dapat melakukan pembelian terlebih dahulu dan membayar di bulan berikutnya (porsi lebih dari beberapa saat). Membayar menggunakan SPayLater sama dengan berbelanja menggunakan kartu kredit. Terdapat pemotongan kredit sebagai uang tunai terkomputerisasi yang diberikan Shopee kepada klien SPayLater.<sup>29</sup> Penggunaan SPayLater memberikan dampak positif dan juga negatif bagi penggunaannya.

Ilahi mengatakan bahwa beberapa manfaat penggunaan Spaylater adalah dapat menghemat waktu dan tenaga saat berbelanja, sementara beberapa efek negatifnya adalah membuat pengguna khawatir Ketika jatuh tempo tiba dan mereka tidak memiliki uang untuk membayar yang berarti mereka tidak dapat membayar dan juga akan dikenakan denda. Efek negative lainnya adalah membuat pengguna menjadi lebih konsumtif.

Menurut Sari terdapat tiga indikator, yang dapat digunakan untuk mengukur keputusan penggunaan paylater diantaranya sebagai berikut<sup>30</sup>:

- 1) Berniat terus menggunakan paylater
- 2) Menggunakan paylater untuk transaksi pembayaran

---

<sup>28</sup> Ibid

<sup>29</sup> Ilahi, N. (2022). Beli Sekarang Bayar Nanti: Mahasiswi, SPay Later, dan Pandemi Covid-19. *Jurnali Ilmiah Ilmu-ilmu Sosial*, 5(1).

<sup>30</sup> Sari, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, Dan Resiko Terhadap Penggunaan Internet Banking Nasabah Bank Mandiri Di Surabaya.”

3) Menyarankan kepada orang lain untuk menggunakan paylater

Sedangkan menurut Rismayadi et.al.,(2020)<sup>31</sup> Indikator penggunaan pembayaran Shopee Paylater yaitu :

1. Penggunaan Shopee paylater setiap transaksi.
2. Frekuensi penggunaan dalam bertransaksi menggunakan Shopee paylater
3. Sifat pengguna sering menggunakan Shopee paylater untuk mempermudah pembayaran saat transaksi berlangsung.

#### **2.1.6. Gaya Hidup**

Menurut Kotler dan Keller, gaya hidup adalah contoh individu hidup di dunia yang dikomunikasikan dalam aktivitas, minat, dan kesimpulannya. Cara hidup menunjukkan keseluruhan diri seseorang dalam hubungannya dengan keadaannya saat ini. Gaya hidup menggambarkan seluruh contoh individu dalam bertindak dan berkolaborasi di dunia.<sup>32</sup> Sementara itu, menurut Setiadi, gaya hidup secara luas dikenal sebagai gaya hidup yang dibedakan berdasarkan bagaimana individu menginvestasikan energinya (latihan), apa yang mereka anggap penting dalam keadaan mereka saat ini (kepentingan), dan pendapat mereka tentang diri mereka sendiri dan diri mereka sendiri. faktor lingkungan mereka (sentimen).<sup>33</sup>

Gaya hidup individu satu berbeda dengan individu lainnya. Seiring berjalannya waktu, gaya hidup individu maupun kelompok akan mengalami perubahan secara dinamis. Oleh karena itu, pertimbangan yang luar biasa harus diberikan untuk memahami gagasan atau kata yang disebut cara hidup, bagaimana cara hidup diperkirakan, dan cara hidup itu dimanfaatkan. Gaya hidup dicirikan sebagai contoh di mana individu hidup dan

---

<sup>31</sup> Rismayadi, A. A, Dede, K. D., & Iedam, F. A. (2020). Analisis Kepuasan Pengguna Shopee Paylater Menggunakan Model Delone & Mclean Sebagai Media Pengajuan Kredit Online, *Jurnal Responsif: Riset Sains dan Informatika* 2 (2), 190-197.

<sup>32</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen pemasaran*, 4 ed. (Jakarta: Indeks, 2009).

<sup>33</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan keinginan Konsumen*, 3 ed. (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019).

menginvestasikan energi dan uang. Gaya hidup merupakan komponen inspirasi pelanggan dan pembelajaran sebelumnya, kelas sosial, sosial ekonomi, dan faktor lainnya. Way of life merupakan ide sinopsis yang mencerminkan nilai-nilai pembeli.<sup>34</sup>

Faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang ada dua yaitu faktor dari dalam individu itu sendiri (internal) dan faktor dari luar (eksternal).

Faktor internal yang mempengaruhi gaya hidup seseorang, yaitu :

1. Sikap Sikap adalah kondisi mental dan emosional dalam menilai objek yang berkembang berdasarkan pengalaman dan mempengaruhi perilakunya. Sikap dipengaruhi oleh tradisi, adat istiadat, praktik dan norma sosial.
2. Kepribadian Kepribadian adalah ciri khas individu yang membedakan antar individu.
3. Konsep diri Konsep diri adalah inti dari pola kepribadian yang menentukan perilaku. Kepribadian dalam memecahkan masalah kehidupan.
4. Motif Perilaku individu muncul karena adanya beberapa motivasi seperti kebutuhan untuk merasa aman dan kebutuhan akan prestise.
5. Persepsi Persepsi adalah proses di mana seseorang memilih, mengatur, dan menafsirkan informasi untuk menciptakan representasi dunia.

Faktor eksternal yang mempengaruhi gaya hidup seseorang yang disebutkan oleh Nughraeni yaitu<sup>35</sup> :

1. Kelompok Referensi Kelompok referensi adalah kelompok yang memberikan pengaruh langsung maupun tidak langsung pada sikap dan perilaku seseorang. Kelompok yang berdampak langsung adalah kelompok yang dimana individu menjadi anggota dan sering berinteraksi, sedangkan

---

<sup>34</sup> James F Engel, Roger D Blackwell, dan Paul W Winiard, *Consumer Behavior*, 6 ed. (Jakarta: Binarupa Aksara, 1994).

<sup>35</sup> Nugraheni, P.N.A. *Perbedaan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis Pada Remaja Ditinjau dari Lokasi Tempat Tinggal*. Surakarta : Fakultas Psikologi UMS, 2003.

kelompok yang berdampak tidak langsung adalah kelompok dimana individu tidak menjadi anggota tetapi melihat anggota kelompok tersebut di dunia maya dan mempengaruhi gaya hidup.

2. Keluarga Keluarga memainkan peran terbesar dan paling lama dalam membentuk sikap dan perilaku individu. Hal ini karena pola asuh orangtua memiliki pengaruh tidak langsung terhadap kehidupan anak.

3. Kelas Sosial Kelas sosial adalah suatu kolektif yang bersatu dan berkelanjutan dalam sebuah masyarakat dan terbagi dalam tingkatan-tingkatan, dan anggota setiap tingkatan memiliki nilai, minat, dan perilaku yang sama.

#### **2.1.7. Indikator Gaya Hidup**

Menurut Sunarto<sup>36</sup> Indikator gaya hidup sebagai berikut :

##### a) Kegiatan (activity)

Kegiatan adalah apa yang pelanggan lakukan, barang apa yang mereka beli atau gunakan, bagaimana mereka menggunakan energi cadangannya. Meskipun kegiatan-kegiatan ini biasanya dapat diketahui, tujuan di balik kegiatan-kegiatan ini jarang dapat diperkirakan secara langsung.

##### b) Minat (interest)

Minat adalah artikel, peristiwa, atau titik dalam tingkat energi yang disertai dengan perhatian yang luar biasa atau terus-menerus terhadapnya. Minat dapat berupa preferensi, minat dan kebutuhan dalam kehidupan pembelian. Premium adalah apa yang pelanggan sisihkan untuk dibelanjakan dan menghabiskan uang tunai. Minat pembeli merupakan sosok tersendiri dalam interaksi yang dinamis.

##### c) Opini (opinion)

Opini adalah perspektif dan sentimen pembeli karena masalah global, lingkungan, keuangan dan sosial. Penilaian digunakan untuk menggambarkan pemahaman, asumsi dan penilaian. seperti keyakinan

---

<sup>36</sup> Sunarto.(2002). Perilaku Organisasi. Edisi 2. Penerbit Amus. Yogyakarta

tentang niat orang lain, antisipasi kejadian yang akan datang, dan menimbang dampak positif dan negatif dari berbagai tindakan.

Sedangkan menurut Puranda dan Madiawati<sup>37</sup> indikator gaya hidup terdiri dari 3 (tiga) faktor, yaitu:

1. Aktivitas (Activities) yaitu hobi, bekerja, hiburan, peristiwa sosial, liburan, komunitas, keanggotaan klub, olahraga, belanja.
2. Minat (Interest) faktor pribadi yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan.
3. Pendapat (Opinion) yaitu diri sendiri, politik, bisnis, masalah sosial, pendidikan, ekonomi, produk, budaya, masa depan, budaya.

### 2.1.8 Gaya Hidup Menurut Islam

Gaya hidup dalam islam lebih menunjukkan bagaimana orang menjalani hidup mereka, bagaimana mereka menghabiskan uang mereka dan bagaimana mereka memanfaatkan waktu mereka.<sup>38</sup> Sudah menjadi kebiasaan manusia untuk menghabiskan uang dengan lebih tidak efisien jika mereka mendapatkan kenyamanan finansial, seolah-olah kelimpahan dapat diabaikan jika pemiliknya tidak menggunakannya untuk kebutuhan yang lebih besar dan lebih mewah, meskipun faktanya persyaratan ini kurang signifikan, seperti dijelaskan dalam surat QS. Asy-Syura [42]:27:

﴿ وَلَوْ بَسَطَ اللَّهُ الرِّزْقَ لِعِبَادِهِ لَبَغَوْا فِي الْأَرْضِ وَلَكِنْ يُنَزِّلُ بِقَدَرٍ مَّا يَشَاءُ إِنَّهُ بِعِبَادِهِ خَبِيرٌ بَصِيرٌ ﴾

Artinya: Dan jikalau Allah melapangkan rezeki kepada hamba-hamba-Nya tentulah mereka akan melampaui batas di muka bumi, tetapi Allah menurunkan apa yang dikehendaki-Nya dengan ukuran.

---

<sup>37</sup> Puranda, N. R., & Madiawati, P. N. (2017). Pengaruh perilaku konsumen dan gaya hidup terhadap proses keputusan pembelian produk kosmetik Wardah. *Bisnis Dan Iptek*, 10(1), 25–36.

<sup>38</sup> John Mowen dan Minor Michael, *Perilaku Konsumen*, 5 ed. (Jakarta: Erlangga, 2002).

Sesungguhnya Dia Maha Mengetahui (keadaan) hamba-hamba-Nya lagi Maha Melihat.<sup>39</sup>

Allah SWT membuka jalan untuk memperoleh harta melalui cara-cara yang tetap menjaga harga diri dan agama (pekerjaan yang halal) dalam (QS. Al-Jumu'ah[62]:10) :

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ  
كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya: Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.<sup>40</sup>

Dan Selanjutnya Allah SWT melarang membelanjakan harta pada perkara perkara yang terlarang dalam (QS. Al-Anfal [8]:36) :

إِنَّ الَّذِينَ كَفَرُوا يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ لِيَصُدُّوا عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ ۖ فَسَيُنْفِقُونَهَا ثُمَّ  
تَكُونُ عَلَيْهِمْ حَسْرَةً ثُمَّ يُغْلَبُونَ ۗ وَالَّذِينَ كَفَرُوا إِلَىٰ جَهَنَّمَ يُحْشَرُونَ

Artinya : Sesungguhnya orang-orang yang kafir menafkahkan harta mereka untuk menghalangi (orang) dari jalan Allah. Mereka akan menafkahkan harta itu, kemudian menjadi sesalan bagi mereka, dan mereka akan dikalahkan. Dan ke dalam Jahannamlah orang-orang yang kafir itu dikumpulkan,<sup>41</sup>

---

<sup>39</sup> tafsirweb.com

<sup>40</sup> tafsirweb.com

<sup>41</sup> tafsirweb.com

Agar tercipta pribadi yang baik berhubungan dengan gaya hidup, Allah SWT memerintahkan manusia agar dalam memenuhi kebutuhannya secara sederhana, tengah-tengah, dan tidak boros dalam pengeluaran. Allah SWT berfirman pada (QS. Al-A'raf [7]:31) :

يَبْنِيْ اٰدَمَ خُدُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ  
الْمُسْرِفِيْنَ ﴿٣١﴾

Artinya: Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.<sup>42</sup>

Nabi Muhammad SAW memperingatkan bahwa hidup boros, bahkan dengan hal-hal yang bersifat sementara, dapat menyeret seseorang ke dalam pemborosan. Hal ini juga dapat menunjukkan bahwa masyarakat tidak menghargai kekayaan, yang merupakan berkah dari Tuhan, dan hal ini termasuk membelanjakan uang dengan cara yang boros. Orang yang menjalankan pola hidup Islami adalah orang yang tidak menghamburkan uang dengan berbelanja melebihi kebutuhannya. Mereka juga tidak jahat terhadap keluarganya, agar kebutuhannya tercukupi dan tidak habis. Mereka memanfaatkan kekayaan mereka secara adil. Selain itu, yang terbaik adalah pusatnya, tidak berlebihan dan tidak pelit.<sup>43</sup>

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Berikut ini merupakan penelitian-penelitian terdahulu yang menjadi dasar dalam penelitian yang dilakukan.

---

<sup>42</sup> tafsirweb.com

<sup>43</sup> Muhammad Ashim bin Musthofa, "Nikmatnya Hidup Sederhana," 2018



Penelitian dari Elpa Julita dengan judul “*Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu)*” tujuan Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah mahasiswi muslim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu menggunakan Shopee Paylater. Kedua, mengetahui perilaku belanja mahasiswa muslim pada Staf Bagian Keuangan dan Bisnis Syariah UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu. Ketiga, mengetahui dampak penggunaan Shopee Paylater terhadap perilaku belanja mahasiswa muslim pada Staf Ahli Keuangan dan Bisnis Syariah UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu. Eksplorasi ini merupakan kajian kuantitatif pengenalan, khususnya eksplorasi yang memahami dampak penggunaan Shopee Paylater terhadap perilaku destruktif mahasiswa Muslim pada Tenaga Kerja Keuangan dan Bisnis Islam, UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu. Hasil penelitian dari Elpa Julita menunjukkan adanya pengaruh penggunaan Shopee Paylater terhadap perilaku pembelian mahasiswa muslim pada Staf Bagian Keuangan dan Bisnis Islam UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu. Konsekuensi pengujian spekulasi mendapat angka penting sebesar 0,062. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang sangat besar dalam uji spekulasi ini karena angka kepentingannya  $> 0,05$  sehingga  $H_0$  yang menyatakan bahwa pemanfaatan ShopeepayLater berpengaruh nyata terhadap perilaku pembeli mahasiswa materi keuangan syariah pada Bagian Kepegawaian FEBI diakui dan  $H_0$  diberhentikan, artinya tidak ada dampak penggunaan Shopeepaylater (X) terhadap perilaku. pelajar muslim yang tidak moderat (Y).

Penelitian yang dilakukan Ari Rahmat, Asyari dan Hesi Eka Puteri, “*Pengaruh Hedonisme dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi*” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh hedonisme dan religiusitas terhadap keputusan pembelian mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi, Sumatera Barat, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Indonesia. Pemeriksaannya menggunakan metodologi kuantitatif. Hasil eksplorasi bahwa indulgensi dan legalisme secara bersama-

sama berdampak pada perilaku pembeli seharusnya terlihat dari nilai F yang ditentukan sebesar 326,738 lebih besar dari F tabel sebesar 3,020 dan nilai Sig sebesar  $0,000 < 0,05$ . Jadi dapat diasumsikan bahwa variabel pesta pora dan legalisme secara bersama-sama berdampak pada perilaku mahasiswa mahasiswa IAIN Bukittinggi, Staf Bagian Keuangan Islam dan Bisnis.

Penelitian yang dilakukan Nadya Anastasya yang berjudul "*Pengaruh Penggunaan Fitur ShopeePayLater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FISIP USU*" penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan metode penelitian korelasional. Hasil penelitian Hal ini merupakan dampak dari penggunaan fitur Shopee PayLater terhadap perilaku mahasiswa FISIP USU yang boros. Hasil uji hipotesis diperoleh angka 0,152 yang menunjukkan bahwa  $H_0$  diterima, secara spesifik; Tidak ada hubungan antara dampak penggunaan fitur Shopee PayLater terhadap perilaku pembelian mahasiswa FISIP USU. Koefisien jaminan sebesar 2,3%, hal ini menunjukkan hubungan yang rendah. Pasalnya, mahasiswa FISIP USU baru mulai menggunakan Shopee PayLater.

Penelitian yang dilakukan Sonia Aftika yang berjudul "*Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee Paylater "Bayar Nanti" Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN RADEN INTAN LAMPUNG Dalam Perspektif Bisnis Syariah*" menggunakan metode pendekatan secara kuantitatif. Hasil penelitian Sonia Aftika menunjukkan bahwa variabel pemanfaatan sistem cicilan bayar nanti shopee paylater berpengaruh secara keseluruhan terhadap perilaku pelanggan mahasiswa UIN Raden Intan Lampung.

Penelitian yang dilakukan Dinda dwi octafinna yang berjudul "*Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Persahabatan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi (Studi Kasus Mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan Tahun 2014 – 2016)*". Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif diskriptif. Hasil penelitian oleh Dinda dwi octafinna menunjukkan bahwa uji reliabilitas dan validitas telah dianggap valid dan reliabel. Uji anggapan tradisional menunjukkan bahwa informasi tersebar normal, tidak terjadi multikolinearitas dan tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji T secara

parsial menunjukkan bahwa status sosial ekonomi orang tua adalah  $2,472 > 1,972$  dengan signifikansi  $0,0000,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa status sosial ekonomi orang tua mempunyai pengaruh yang signifikan dan kuat terhadap perilaku konsumtif siswi. Kelompok persahabatan sebesar  $3,089 > 1,972$  dengan arti  $0,002 < 0,05$ , artinya kelompok persahabatan berdampak pada perilaku siswa perempuan yang tidak sopan. Variabel cara hidup sebesar  $4,401 > 1,972$  dengan arti  $0,000 < 0,05$ . Uji F (sinkron) menyatakan nilai  $32,004 > 2,65$  dengan arti  $0,000 < 0,05$ . Artinya, ketiga faktor tersebut mempengaruhi perilaku siswa perempuan yang tidak sopan. Nilai R square sebesar  $0,585$  artinya ketiga faktor tersebut mempengaruhi perilaku boros siswa perempuan sebesar  $34,2\%$ , sedangkan  $65,8\%$  dipengaruhi oleh faktor yang berbeda.

Penelitian yang dilakukan Ainun Afizah dengan judul "*Pengaruh Kemudahan E-Commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*". Metode yang digunakan menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian yang dilakukan Ainun Afizah menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara dampak kenyamanan bisnis berbasis web shopee terhadap perilaku tidak sopan mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya. Hal ini terlihat pada tabel hubungan yang menunjukkan hubungan antara perilaku pelanggan dengan kenyamanan bisnis online shopee yang mendapat nilai kepentingan  $0,000 < 0,05$ , sehingga pilihan selanjutnya adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Penelitian yang dilakukan Hasnidar Thamrin dan Adnan Achiruddin Saleh dengan judul "*Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa*" dengan menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian yang dilakukan Hasnidar thamrin dan Adnan achiruddin menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara gaya hidup dekaden dengan perilaku pembeli mahasiswa Parepare. Dilihat dari Pearson Connections sebesar  $0,671$  dengan nilai Sig. (2-diikuti)  $0,000$ , dan itu berarti lebih kecil dari  $0,05$ , jadi bisa dikatakan ada hubungan besar antara gaya hidup memanjakan dan perilaku pembeli. Perilaku konsumtif dan gaya hidup hedonis

saling berkaitan, perilaku konsumtif semakin meningkat seiring dengan gaya hidup hedonis. Oleh karena itu, seseorang akan bertindak konsumtif jika menjalani gaya hidup hedonis.

Penelitian yang dilakukan Astilaisyah Sari dengan judul "*Pengaruh Sosial, Gaya Hidup, dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN KHAS JEMBER Pengguna Fitur Spaylater*" dengan menggunakan metode pendekatan kuantitatif explanatory research Hasil pengolahan data apabila nilai Sig uji T (parsial) terhadap pengaruh sosial, gaya hidup, dan motivasi belanja hedonis kurang dari atau sama dengan 0,05 dan nilai t hitung yang dihasilkan lebih besar dari t tabel maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember yang menggunakan fitur SPayLater dipengaruhi secara signifikan dan parsial oleh pengaruh sosial, gaya hidup, dan motivasi belanja hedonis. Untuk sementara uji F (sinkron) atau bersama-sama harus terlihat menunjukkan nilai  $Sig < 0,05$  dan  $F$  (ditentukan)  $> F$  (tabel), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diakui. Artinya dampak sosial, gaya hidup dan inspirasi belanja rakus mempunyai dampak positif dan kritis secara bersama-sama terhadap perilaku boros mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember yang memanfaatkan SPayLater.

Penelitian yang dilakukan Tiffany Dea Pratiwi dengan judul "*Pengaruh Penggunaan Fitur Shopee Paylater dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FKIP UNIVERSITAS PANCASAKTI TEGAL*" dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian dari Tiffani Dea Pratiwi menunjukkan bahwa (1) signifikansi koefisien regresi fitur Shopee Paylater terhadap perilaku konsumen sebesar  $0,000 = 0,05$ , dan (2) signifikansi koefisien regresi gaya hidup hedonistik terhadap perilaku konsumen sebesar  $0,000 = 0,05$ . 3) nilai penting dari berbagai koefisien kekambuhan adalah  $0,000 < \alpha = 0,05$ . Artinya, sorotan paylater dan gaya hidup dekaden berdampak pada perilaku mahasiswa FKIP di Perguruan Tinggi Pancasakti Tegal yang tidak sopan. Perbedaan antara eksplorasi ini dan pemeriksaan ilmuwan terletak pada subjek yang direnungkan.

**Table 1. Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Variable penelitian	Metode penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
1	Kurniasari, Dkk (2021) <sup>44</sup>	Variabel Independen (X) 1. Belanja menggunakan spaylater  Variabel Dependen (Y) 1. Gaya hidup mahasiswa ilmu ekonomi	deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan fenomenologi	Gaya hidup serta pengaruh sosial berpengaruh terhadap penggunaan SPayLater	Penambahan variable Independen dan perilaku konsumtif sebagai variable dependen. Subjek yang diteliti merupakan mahasiswa negeri yang ada disemarang.
2	Elpa julita (2022) <sup>45</sup>	Variabel Independen (X) 1. Pengaruh penggunaan shopee paylater  Variabel Dependen (Y) 1. Perilaku konsumtif	kuantitatif asosiatif	penggunaan ShopeepayLater berpengaruh positif terhadap Prilaku Konsumtif Mahasiswa Ekonomi syariah Fakultas FEBI.	Penambahan gaya hidup sebagai variable independen dan objek yang diteliti merupakan mahasiswa negeri yang ada disemarang.

<sup>44</sup> Kurniasari and Fisabilillah, *Fenomena Perilaku Berbelanja Menggunakan Spaylater Serta Dampaknya Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Ilmu Ekonomi.* (2021. h, 68)

<sup>45</sup> Elpa julita. PENGARUH PENGGUNAAN SHOPEE PAYLATER TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA MUSLIM (STUDI PADA MAHASISWA FEBI UIN FATMAWATI SUKARNO BENGKULU). Skripsi : Bengkulu.2022.

		mahasiswa muslim (studi pada mahasiswa FEBI UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu)			
3	Rahmat, Dkk (2022) <sup>46</sup>	Variabel Independen (X) 1. Hedonisme 2. Religiusitas  Variabel Dependen (Y) 1. Perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Bukittinggi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Kuantitatif Pendekatan korelasional (Correlation Research)	1. Hedonism memiliki pengaruh positif pada perilaku konsumtif mahasiswa  2. Hedonisme dan religiusitas secara Bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif	Variable independent X2 menggunakan gaya hidup dan objek yang diteliti merupakan mahasiswa negeri yang ada disemarang.
4	Nadya Anastasya (2019) <sup>47</sup>	Variable Independen (X) 1. Fitur Shopepay later	Pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode	tidak terdapat hubungan antara pengaruh penggunaan fitur	Penambahan variable independen gaya hidup sebagai X2

<sup>46</sup> Ari Rahmat, Asyari dan Hesi Eka Puteri, 'Pengaruh Hedonisme dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa' *Journal of economic studies*, bukittinggi, 4.1(2020). h 52.

<sup>47</sup> Anastasia, Nadya. Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater. Medan: Skripsi USU. 2018.

		Variabel Dependen (Y)  2.Perilaku konsumtif mahasiswa FISIP USU	penelitian korelasional	ShopeePayLater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FISIP USU	dan objek penelitian merupakan mahasiswa negeri yang ada di semarang.
5	Sonia afika (2021) <sup>48</sup>	Variable independen (X)  1.penggunaan system pembayaran shopee paylater  Variable dependen (Y)  1.Pengaruh perilaku konsumtif mahasiswa UIN Raden Intan Lampung dalam perspektif bisnis syariah.	Pendekatan kuantitatif	penggunaan sistem pembayaran Shopee PayLater “bayar nanti” berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Raden Intan Lampung.	Penambahan variable independent gaya hidup sebagai X2 dan objek penelitian merupakan mahasiswa negri yang ada disemarang.

---

<sup>48</sup> Sonia Aftika, “PENGARUH PENGGUNAAN SISTEM PEMBAYARAN SHOPEE PAYLATER “BAYAR NANTI” TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA UIN RADEN INTAN LAMPUNG DALAM PERSPEKTIF BISNIS SYARIAH” ( UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG.2021)

6	Dinda dwi octafinna (2018) <sup>49</sup>	<p>Variabel Independen (X):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Status ekonomi orang tua</li> <li>2. Kelompok persahabatan</li> <li>3. Gaya hidup</li> </ol> <p>Variabel Dependen (Y):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perilaku konsumtif mahasiswi (studi kasus mahasiswi Ekonomi Syariah angkatan 2014-2016)</li> </ol>	Metode kuantitatif	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Status ekonomi orang tua secara parsial berpengaruh positif</li> <li>2. Kelompok persahabatan secara parsial berpengaruh positif</li> <li>3. Gaya hidup secara parsial berpengaruh positif</li> <li>4. Status sosial ekonomi orang tua, kelompok persahabatan dan gaya hidup secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswi angkatan 2014-2016.</li> </ol>	Perbedaan variabel independen fitur shopee paylater sebagai X1 dan objek yang diteliti merupakan mahasiswa negeri yang ada disemarang.
---	--	---	--------------------	---	--

---

<sup>49</sup> Octafinna, "Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Persahabatan, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi (Studi Kasus Mahasiswi Ekonomi Syariah angkatan tahun 2014-2016)."



7	Faizah, A. (2020). <sup>50</sup>	<p>Variabel Independen (X):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gratis ongkir</li> <li>2. Cashback</li> <li>3. metode pembayaran</li> <li>4. flashsale</li> </ol> <p>Variabel Dependen (Y):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. perilaku konsumtif mahasiswa UIN Sunan Ampel.</li> </ol>	Kuantitatif	Gratis ongkir, cashback, metode pembayaran, flashsale berpengaruh signifikan pada perilaku konsumtif mahasiswa UIN Sunan Ampel.	Perbedaan pada variable independen fitur shopee paylater dan gaya hidup sebagai X2 dan objek yang diteliti merupakan mahasiswa negeri di Semarang.
8	Hasnidar Thamrin dan Adnan Achiruddin Saleh (2021) <sup>51</sup>	<p>Variabel Independen (X):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. gaya hidup hedonis</li> </ol> <p>Variabel Dependen (Y):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perilaku konsumtif</li> </ol>	Kuantitatif	Gaya hidup hedonis berpengaruh signifikan pada perilaku konsumtif mahasiswa pare- pare.	Penambahan variable independent fitur shopee paylater dan objek yang diteliti mahasiswa negeri yang ada di Semarang.

<sup>50</sup> Faizah, A. (2020). Pengaruh Kemudahan E-Commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Uin Sunan Ampel Surabaya.

<sup>51</sup> Hasnidar Thamrindan, Adnan Achiruddin Saleh. Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. Vol 11. No 01 (2021)

		mahasiwa di pare-pare			
9	Astilaisyah sari (2023) <sup>52</sup>	Variabel Indepeneden (X)  1.Pengaruh sosial  2.Gaya hidup  3.Motivasi belanja hedonis  Variabel Dependen (Y)  Perilaku konsumtif mahasiswa Febi Uin Khas Jember pengguna shopee paylater	metode kuantitatif explanatory research	1.Pengaruh sosial berpengaruh positif  2.Gaya hidup berpengaruh positif  3.Motivasi belanja hedonis.	Perbedaan variable independent X1 menggunakan fitur shopee paylater dan objek penelitian mahasiswa negeri yang ada disemarang.
10	Tiffany dea pratiwi (2022) <sup>53</sup>	Variabel Idependen (X)	Kuantitatif, Teknik analisis data yang digunakan	1.Fitur shopeepay later berpengaruh positif	Perbedaan objek penelitian mahasiswa negeri

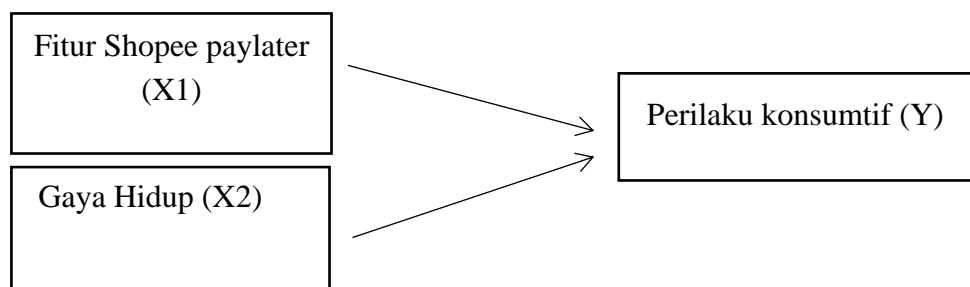
<sup>52</sup> Astilaisyah sari. Pengaruh Sosial, Gaya Hidup, Dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember Pengguna Fitur SPayLater. Skripsi :jember (2023)

<sup>53</sup> Tiffany dea pratiwi. Pengaruh Penggunaan Fitur Shopee Paylater Dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FKIP Universitas Pancasakti Tegal. Skripsi : Tegal (2022)

	1.Fitur shopepaylater 2.Gaya hidup hedonism Variabel Dependens (Y) 1.Perilaku konsumtif mahasiswa FKIP Universitas Pancasakti Tegal	yaitu statistik deskriptif	2.Gaya hidup hedonisme berpengaruh positif.	yang ada disemarang.
--	--	----------------------------	---	----------------------

### 2.3 Kerangka Pemikiran Teoritik

Kerangka berfikir menggambarkan pengaruh antar variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu pengaruh fitur shopee paylater dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Penulis mengembangkan dengan gambaran dibawah ini :



Gambar diatas merupakan kerangka pemikiran dengan model konseptual yang didasarkan pada tinjauan pustaka. Tujuan dibuat kerangka teoritik yaitu agar memudahkan dalam memahami hubungan antar variabel Fitur Shopee paylater dan gaya hidup. Variabel bebas adalah variabel yang menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel lain. Penelitian ini

menggunakan variabel bebas (X) yaitu fitur shopee paylater dan gaya hidup. Sedangkan variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi. Dalam penelitian ini menggunakan variabel terikat (Y) yaitu perilaku konsumtif. Dari gambar tersebut dapat dijelaskan bahwa H1 adalah pengaruh fitur shopee paylater terhadap perilaku konsumtif, H2 adalah pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.

#### **2.4. Hipotesis penelitian**

Hipotesis adalah dugaan singkat dari definisi permasalahan yang diacu, khususnya mendapatkan informasi tentang keterkaitan setidaknya dua faktor. Dimana definisi persoalan eksplorasi telah dinyatakan sebagai kalimat penyelidikan. Hal ini cenderung dianggap tidak kekal karena tanggapan yang diberikan bergantung pada realitas pengamatan yang diperoleh melalui pengumpulan informasi. Jadi suatu spekulasi juga dapat dinyatakan sebagai tanggapan hipotetis terhadap rencana persoalan pemeriksaan, bukan merupakan tanggapan observasional.

##### **1. Pengaruh fitur paylater terhadap perilaku konsumtif**

Penelitian ini menggunakan Teori *Technology Acceptance Model* yaitu teori yang dikembangkan untuk menjelaskan bagaimana pengguna memahami dan menggunakan teknologi informasi, fitur Shopee Paylater memberikan ukuran aset tertentu dengan batas tertentu dan dengan keputusan strategi cicilan langsung/porsi. Destisya, dkk., (2019) menyatakan bahwa mahasiswa yang berada dalam proses mencari jati diri merasa harus diterima oleh lingkungannya, sehingga melaksanakan konformitas. Hal ini berdampak pada aktivitas belanja online shop untuk membuat dirinya tidak ketinggalan zaman. Perilaku yang muncul karena tekanan sosial atau keinginan agar diterima dalam kelompok sosial, mendorong mahasiswa melaksanakan konformitas terhadap kelompoknya. Dampaknya memunculkan perilaku konsumtif dimana barang yang dibeli melalui online shop penelitian yang dilakukan

sebelumnya oleh Elpa Julita<sup>54</sup>, penelitian Sonia Afika<sup>55</sup> mengungkapkan bahwa fitur shopee paylater memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Sehingga peneliti menggunakan hipotesis tersebut.

H1: fitur shopee paylater berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif

## 2. Pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif

Penelitian ini menggunakan teori *Perceived behavioral control* merupakan persepsi individu mengenai mudah atau sulitnya mewujudkan suatu perilaku tertentu. Menurut Ujang Sumarwan<sup>56</sup>, menyatakan bahwa cara hidup seseorang biasanya tidak bertahan lama dan berubah dengan cepat. Saat ini, banyak pelajar yang menganut gaya hidup mewah, dimana sebagian besar pelajar justru mendapatkan bayaran dari orang tuanya sehingga diharapkan bisa menyesuaikan diri dan mengelola keuangannya dengan baik. Gaya hidup mahasiswa yang boros akan mempengaruhi perilaku pembeliannya. Informasi tentang dana sebagai informasi mengenai administrasi keuangan merupakan salah satu hal yang sangat penting bagi seseorang dalam mengelola catatan akuntansinya masing-masing. Berdasarkan penelitian Dinda Dwi Octafinna<sup>57</sup>, Sri Cahyanti<sup>58</sup>, Sri

---

<sup>54</sup> Elpa Julita, "PENGARUH PENGGUNAAN SHOPEE PAYLATER TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA MUSLIM (STUDI PADA MAHASISWA FEBI UIN FATMAWATI SUKARNO BENGKULU)"(Uin Fatmawati Sukarno,Bengkulu 2022)

<sup>55</sup> Sonia Aftika, "PENGARUH PENGGUNAAN SISTEM PEMBAYARAN SHOPEE PAYLATER "BAYAR NANTI" TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA UIN RADEN INTAN LAMPUNG DALAM PERSPEKTIF BISNIS SYARIAH".( UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG.2021)

<sup>56</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003).

<sup>57</sup> Octafinna, "Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Persahabatan, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi (Studi Kasus Mahasiswi Ekonomi Syariah angkatan tahun 2014-2016)."

<sup>58</sup> Octafinna, "Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Persahabatan, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi (Studi Kasus Mahasiswi Ekonomi Syariah angkatan tahun 2014-2016)."

Astuti Setianingsih<sup>59</sup>, dan Jimmi Pratama Sinurat<sup>60</sup> mengungkapkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, bisa dikemukakan hipotesis

H2 : gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

---

<sup>59</sup> Setianingsih, “Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto).”

<sup>60</sup> Sinurat “Pengaruh Pendapatan Orang Tua dan Gaya Hidup Mahasiswa terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pendidikan Bisnis Stambuk 2017.”

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah suatu cara untuk memperoleh informasi atau mengatasi suatu permasalahan secara hati-hati dan efisien, informasi yang dikumpulkan berupa rangkaian atau kumpulan angka. Penulis menggunakan pengujian semacam ini untuk menjawab pertanyaan tentang bagaimana pengaruh faktor bebas dikaitkan dengan variabel dependen. Untuk variabel independen di karya tulis ilmiah ini yaitu pengaruh fitur paylater (X1), gaya hidup (X2), dan variabel dependen atau yang dipengaruhi yaitu perilaku konsumtif mahasiswa (Y).

#### **3.2. Sumber Data**

##### **3.2.1 Sumber primer**

Data primer merupakan informasi diperoleh dari sumber utama, baik dari masyarakat, seperti wawancara atau dari kuisisioner yang diisi langsung oleh responden.<sup>61</sup> Data primer pada karya tulis ilmiah ini diperoleh dari pengisian atau penyebaran kuisisioner kepada responden yang terdiri dari mahasiswa-mahasiswi di tiga PTN Kota Semarang.

##### **3.2.2 Sumber sekunder**

Data sekunder merupakan sumber informasi penelitian diperoleh para analis secara implikasi melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh berbagai pihak). Informasi opsional sebagian besar muncul sebagai bukti catatan atau laporan yang dapat diverifikasi yang dikumpulkan dari data historis yang didistribusikan atau tidak dipublikasikan (informasi naratif).<sup>62</sup>

---

<sup>61</sup> Husein Umar, *Research Methods in Finance and Banking* (Bandung: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000).

<sup>62</sup> Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi & Manajemen* (Yogyakarta: BPF, 2013).

Pegumpulan data sekunder dalam penelitian ini adalah dokumentasi seperti buku, jurnal, artikel ilmiah dan lain-lain.

### 3.3. Populasi dan Sampel

Populasi adalah sekumpulan satuan analisis. Populasi adalah wilayah sebuah kelompok yang terdiri dari obyek atau subjek yang memiliki jumlah tertentu yang tidak seluruhnya ditetapkan oleh para ilmuwan untuk dikonsentrasikan dan kemudian dibuat penentuannya.<sup>63</sup> Populasi dalam karya tulis ilmiah ini adalah populasi terbatas, populasi terbatas (finite population) adalah populasi yang dapat dihitung jumlahnya.<sup>64</sup> Pada penelitian ini yang menjadi populasi adalah mahasiswa di tiga PTN yang ada disemarang.

**Table 2. Populasi dan Sampel**

<b>Universitas</b>	<b>Jumlah mahasiswa</b>
UIN Walisongo <sup>65</sup>	23.316
Undip <sup>66</sup>	40.298
Unnes <sup>67</sup>	51.138
<b>Jumlah</b>	<b>114.752</b>

Contoh tersebut penting untuk jumlah dan kualitas masyarakat, atau bisa juga dianggap sebagai sebagian kecil dari individu masyarakat yang diambil

---

<sup>63</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D.

<sup>64</sup> Hendryadi dan Irsan Tricahyadinata Rachma Zannati, Metode Penelitian Pedoman Penelitian Bisnis dan Akademik (Lembaga Pengembangan Manajemen dan Publikasi Imperium (LPMP Imperium), 2019).

<sup>65</sup> [walisongo.ac.id](http://walisongo.ac.id)

<sup>66</sup> [undip.ac.id](http://undip.ac.id)

<sup>67</sup> [data.unnes.ac.id](http://data.unnes.ac.id)



dengan strategi tertentu sehingga dapat mewakili suara masyarakat.<sup>68</sup> Untuk menggunakan rumus Slovin, besar sampel untuk populasi ini harus ditentukan melalui sampling karena populasinya relatif besar. Persamaan ini digunakan untuk menentukan ukuran contoh dari populasi yang diketahui sebanyak 114.752 siswa. Tingkat akurasi yang ditunjukkan dalam contoh penentuan sampel adalah 10%.<sup>69</sup>Rumus Solvin:  $n = \frac{n}{1+Ne^2}$

Keterangan:

n: ukuran sampel

N: ukuran populasi

e: persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan.

Dengan rumus tersebut didapatkan hasil :

$$n = \frac{114.752}{1+114.752(0,1)^2} = n = \frac{114.752}{1,148.52} = 99,91(\text{di bulatkan menjadi } 100)$$

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik non probability sampling adalah pengambilan sampel dilakukan tidak secara acak. Dengan pengambilan sampel tidak memberikan kesempatan yang sama kepada setiap sampel yang dipilih. Dengan metode pemeriksaan menggunakan purposive sampling yaitu penentuan sampel berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti yaitu mahasiswa aktif di tiga Perguruan Tinggi Negeri di Semarang yaitu UIN Walisongo Semarang, Universitas Diponegoro Semarang dan Universitas Negeri Semarang yang sudah pernah/menggunakan aplikasi Shopee Paylater. Penetapan itu dilakukan sesuai dengan pertimbangan yang dinilai dapat mewakili populasi.<sup>70</sup>

---

<sup>68</sup> Sony Faisal Rinaldi dan Bagya Mujianto, Metodologi Penelitian dan Statistik, 1 ed. (Jakarta: Pusat Pendidikan Sumber Daya Manusia Kesehatan, 2017).

<sup>69</sup> Juliansyah Noor, Metodologi Penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah, 7 ed. (Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 1962).

<sup>70</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D, h.81-82

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah utama dalam melakukan penelitian, karena tujuan mendasar penelitian adalah memperoleh data. Tanpa mengetahui strategi pengumpulan data, eksplorasi tidak akan mendapatkan data yang memenuhi kaidah data yang telah ditentukan sebelumnya. Peneliti menggunakan strategi berikut ini untuk mengumpulkan data penelitian konkrit :

#### 1. Kuisisioner

kuisisioner/angket adalah cara mengumpulkan data lewat survei terhadap responden dilakukan dengan membuat daftar pertanyaan terkait penelitian yang telah ditentukan peneliti dan akan diberikan kepada orang lain atau responden.<sup>71</sup> Dalam ulasan kali ini, para ahli akan mensosialisasikan jajak pendapat kepada mahasiswa di tiga PTN di Semarang. Eksplorasi ini menggunakan skala Likert. Skala Likert merupakan skala penilaian terhadap sudut pandang, wawasan dan mentalitas seseorang, baik individu maupun kelompok, dalam kaitannya dengan objek atau kekhasan sosial.<sup>72</sup> Jajak pendapat yang digunakan dalam eksplorasi ini adalah sebagai struktur Google yang disampaikan kepada responden untuk diselesaikan. Setiap butir jawaban tidak seluruhnya diselesaikan dengan skor menggunakan skala likert. Dalam ulasan ini, para ahli memberikan solusi pilihan terhadap faktor fitur penggunaan shopee paylater, gaya hidup dan perilaku konsumtif mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju dengan skor tegas 1 hingga 5. Skor yang digunakan dalam penelitian ini adalah untuk setiap pernyataan yaitu:

Skor 1: Sangat Tidak Setuju (STS)

Skor 2: Tidak Setuju (ST)

Skor 3: Netral (N)

---

<sup>71</sup> Edi Suryaldi, Deni Dalrimalwahn daln Aljalng Mulyaldi, Metode Penelitiaan Komunikalsi, Cet. 1, Balndung : PT Remaljal Rosdalkalryal, 2019, Hal. 178.

<sup>72</sup> Ibid.

Skor 4: Setuju (S)

Skor 5: Sangat Setuju (SS)

## 2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sebuah teknik dalam pengumpulan data yang didapatkan dari hal-hal seperti transkrip, catatan, buku, agenda dan lain sebagainya.<sup>73</sup> Dokumentasi dalam penelitian ini berupa buku, jurnal, artikel ilmiah dll. Penulis menggunakan dokumentasi dalam eksplorasi ini untuk memperkuat bukti bahwa penciptanya telah melakukan penelitian.

### 3.5 Variabel Penelitian dan Variabel Oprasional

#### 3.5.1 Variabel penelitian

##### a. Variabel Independen

Variabel independen atau yang biasa disebut dengan variabel stimulus, predictor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia biasa dikenal dengan sebutan variabel bebas, yaitu variabel yang memberikan pengaruh atau yang terjadi karena munculnya suatu variabel terikat.<sup>74</sup> Variabel independent disini yaitu fitur shopee payaleter (X1) dan gaya hidup (X2).

##### b. Variabel Dependen

Variabel dependen atau biasa dikenal dengan variabel output, kriteria, konsekuensi. Dalam bahasa Indonesia biasa dikenal dengan variabel terikat. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas.<sup>75</sup> Adapun variabel dependen pada penelitian ini adalah perilaku konsumtif mahasiswa.

#### 3.5.2 Definisi Oprasional

**Table 3. Definisi Operasional**

Variabel	Definisi Oprasional	Indikator	Pengukuran
----------	---------------------	-----------	------------

<sup>73</sup> Djam'an Satori, Metode Penelitian Kualitatif (Bandung: Alfabeta, 2013).

<sup>74</sup> Mohammad Nor Ichwan dan Muchamad Fauzi, Metode Penelitian Kuantitatif Sebuah Pengantar (Semarang: Walisongo Press, 2009).

<sup>75</sup> Sugiyono

Fitur shopee paylater	Kemajuan dalam inovasi untuk menyelesaikan pertukaran berbasis web untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan	<p>1. Memiliki niat untuk secara terus menerus menggunakan paylater</p> <p>2. Mempergunakan paylater sebagai alat untuk transaksi pembayaran</p> <p>3. Merekomendasikan paylater kepada orang lain<sup>76</sup></p>	Skala likert 1-5
Gaya hidup	Gaya hidup dicirikan sebagai contoh di mana individu hidup dan menginvestasikan energi dan uang. Gaya hidup merupakan faktor inspirasi pembeli dan pembelajaran sebelumnya, kelas sosial,	<p>1. Kegiatan (activity )</p> <p>2. Minat (interest)</p> <p>3. Opini (opinion)<sup>78</sup></p>	Skala likert 1-5

<sup>76</sup> Sari, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, Dan Resiko Terhadap Penggunaan Internet Banking Nasabah Bank Mandiri Di Surabaya."

<sup>78</sup> Sunarto.(2002). Perilaku Organisasi. Edisi 2. Penerbit Amus. Yogyakarta

	<p>sosial ekonomi, dan faktor lainnya. Gaya hidup adalah gagasan umum yang mencerminkan nilai-nilai konsumen.<sup>77</sup></p>		
<p>Perilaku konsumtif</p>	<p>Pola hidup manusia yang dikendalikan dan dimotivasi semata-mata oleh keinginan untuk memuaskan nafsu akan kesenangan disebut dengan “perilaku konsumtif”.<sup>79</sup></p>	<p>1. Berbelanja lantaran hadiah  2. Berbelanja lantaran pemasarannya menarik  3. Berbelanja hanya untuk menjaga penampilan &amp; gengsi  4. Berbelanja lantaran harga mahal dianggap prestige  5. Berbelanja lantaran menjaga simbol status</p>	<p>Skala likert 1-5</p>

<sup>77</sup> Engel, Blackwell, dan Winiard, Consumer Behavior

<sup>79</sup> Ramadhan, “Hubungan Gaya Hidup Konsumtif dengan Harga Diri Mahasiswa.”

		6.Berbelanja lantaran model iklan yang mengiklankan	
		7.Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda). <sup>80</sup>	

### 3.6 Teknik Analisis Data

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program komputer SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) untuk pemeriksaan informasi, sedangkan tayangan informasi menggunakan tabel. Teknik pemeriksaan informasi yang digunakan dalam eksplorasi ini adalah kuantitatif, dengan menggunakan berbagai investigasi relaps langsung dan pengujian spekulasi. Jenis analisis yang menggunakan angka dan perhitungan statistik disebut analisis data kuantitatif.

#### 3.6.1 Uji Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif adalah pemeriksaan terhadap informasi kepribadian responden. Analisis ini disajikan dalam bentuk persentase berdasarkan jumlah responden setelah dikelompokkan berdasarkan jawaban yang sama. Angka rate terbesar merupakan komponen yang berlaku pada setiap variabel yang dipertimbangkan. Pemeriksaan ini merupakan gerakan mengumpulkan informasi, menangani informasi, dan menggambarkan informasi yang dikumpulkan dari tanggapan responden.

Manfaat uji statistik deskriptif statistik untuk menggambarkan objek penelitian atau populasi atau memberikan gambaran umum, tidak menghasilkan analisis dan kesimpulan yang sesuai secara umum. Uji statistik deskriptif mendeskripsikan data variabel yang diamati berupa nilai rata-rata, minimum, maksimum dan standar deviasi.<sup>81</sup>

---

<sup>80</sup> Mowen dan Michael, Perilaku Konsumen.

<sup>81</sup> Sugiyono dan Apri Nuryanto, Statistika untuk Penelitian (Bandung: Alfabeta, 2007).

### 3.6.2 Uji Instrumen Penelitian

Sebelum dilakukan analisis data, Untuk menjamin keakuratan data yang dikumpulkannya dan kemampuannya dalam menghitung, peneliti harus menguji instrumen yang mereka gunakan untuk mengumpulkannya. Alat uji ini berencana untuk memutuskan informasi dua faktor antara faktor bebas X dan variabel dependen Y, yang akan dipaparkan pada item pemeriksaan kekambuhan yang terukur, apakah keduanya menunjukkan hubungan yang lurus atau tidak. Metode analisis data berikut digunakan dalam penelitian ini:

Dalam penelitian ini uji instrumen mempunyai kelebihan yaitu mempermudah peneliti dalam proses pengumpulan data, sehingga menghasilkan data yang unggul, tepat, lengkap, sistematis, dan mudah diolah.<sup>82</sup> Tujuan dari instrumen tes ini adalah untuk menganalisis tindakan subjek untuk mengetahui signifikansi data. Instrumen penelitian tes yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

#### 3.6.2.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah instrumen estimasi yang digunakan untuk mengukur informasi yang seharusnya diperkirakan, sama halnya dengan jajak pendapat penelitian. Apabila instrumen sudah siap untuk mengukur nilai variabel yang akan diteliti, maka angket dianggap valid. Keuntungan uji validitas adalah untuk mengukur tingkat ketepatan antara informasi yang terjadi pada objek pemeriksaan dengan informasi yang dapat dipertanggungjawabkan oleh ahlinya.<sup>83</sup> Uji kevalidan suatu data dapat diukur dengan butir-butir kuesioner yang telah ditetapkan. Dalam pengujian ini, para ilmuwan menggunakan aplikasi IBM SPSS form 25 untuk melengkapi uji legitimasi yang digunakan dalam eksplorasi ini. Jika legitimasinya tinggi maka informasi yang disampaikan akan menunjukkan tidak adanya penyimpangan. Aturan evaluasi uji

---

<sup>82</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, 14 ed. (Jakarta: Rineka Cipta, 2010).

<sup>83</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.

validitas berada pada taraf kritis ( $\alpha$ ) = 0,05. Kuesioner dapat digunakan sebagai alat ukur jika rhitung lebih besar dari rtabel. Uji kepentingan dapat diselesaikan dengan melihat rhitung harga (hubungan seluruh hubungan) dengan rtabel tingkat peluang (df) = n-2. Untuk situasi ini n adalah  $\alpha = 5\%$  ukuran contoh.

### **3.6.2.2 Uji Reliabilitas**

Uji Reliabilitas adalah Apabila instrumen estimasi yang digunakan dalam penelitian digunakan dua kali untuk mengukur efek samping yang serupa dan hasil estimasi yang diperoleh cukup dapat diprediksi, maka instrumen selanjutnya cukup dapat diandalkan untuk digunakan sebagai alat pengumpulan informasi karena instrumennya bagus dan bisa dianggap solid. Dalam pemeriksaan ini suatu estimasi dianggap mempunyai kualitas yang tidak tergoyahkan. (dapat diandalkan) jika secara konsisten memberikan respon yang sama pada setiap item instrumen penelitian. Apabila nilai Cronbach Alpha lebih besar atau sama dengan 0,60, maka data penelitian dianggap reliabel oleh instrumen penelitian; sebaliknya jika nilai Cronbach Alpha kurang dari atau sama dengan 0,60 maka data penelitian dianggap tidak dapat diandalkan.<sup>84</sup> Secara statistik, data dianggap reliabel jika alfa Cronbach ( $\alpha$ )  $\geq 0,60$ .

### **3.6.3. Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik digunakan untuk memutuskan apakah terdapat penyimpangan dari faktor-faktor dalam model dan untuk membuat penentuan faktual yang dapat diandalkan. Uji asumsi klasik terdiri dari:

#### **3.6.3.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas adalah sebuah metodologi yang digunakan untuk memutuskan apakah informasi berasal dari masyarakat yang tersebar atau berada dalam sirkulasi biasa. Sirkulasi biasa adalah dispersi simetris dengan modus, mean, dan titik tengah di tengahnya. Uji

---

<sup>84</sup> Sugiyono.



kewajaran digunakan untuk menentukan apakah informasi yang diperoleh lazim disebarluaskan atau tidak<sup>85</sup>

Uji normalitas Dalam tinjauan ini, uji Kolmogorov Smirnov digunakan untuk menentukan apakah residu dalam model relaps biasanya tersampaikan atau tidak. Langkah-langkah pengujian kewajaran menggunakan nilai-nilai kepentingan, yaitu:

1. Apabila nilai sig > 0,05 maka residual berdistribusi normal
2. Apabila nilai sig < 0,05 maka residual berdistribusi tidak normal

### **3.6.3.2 Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas Penting untuk memutuskan apakah ada faktor bebas yang bersifat komparatif antara faktor bebas dalam suatu model. Kesamaan antara faktor-faktor otonom akan menghasilkan bidang kekuatan yang serius secara luar biasa. Pengenalan multikolinieritas pada model relaps harus terlihat melalui nilai resistensi dan Change Expansion Element (VIF). Suatu model relaps dikatakan multikolinieritas jika nilai resiliensi < 0,10 dan nilai VIF > 10. Pengujian ini akan melakukan uji multikolinieritas dengan melihat nilai (VIF) pada model relaps.

### **3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah pada model relaps terdapat disparitas perubahan dari sisa persepsi yang satu ke persepsi yang lain. Jika perubahan dari persepsi yang satu ke persepsi berikutnya tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika diasumsikan berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model yang layak adalah model yang homoskedastisitasnya atau tidak mengalami heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas diperkirakan menggunakan uji Glejser dengan menggunakan pemrograman SPSS. Dengan melakukan regresi terhadap absolute residual maka uji Glejser

---

<sup>85</sup> Nuryadi et al., Dasar-Dasar Statistik Penelitian (Jakarta: Sibuku Media, 2017).

merupakan uji hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah suatu model regresi menunjukkan tanda-tanda heteroskedastisitas. Alasan penggunaan uji Glejser secara dinamis adalah: Heteroskedastisitas tidak ada jika signifikansinya kurang dari 0,05. Sebaliknya jika nilai kepentingannya  $\leq 0,05$  maka terjadi heteroskedastisitas.<sup>86</sup>

### **3.6.4 Uji Hipotesis**

Pengujian spekulasi digunakan untuk mengetahui dampak setiap variabel otonom terhadap variabel koneksi. Untuk mengetahui apakah spekulasi yang diajukan dalam pengujian ini diterima atau ditolak, maka akan dilakukan pengujian teori dengan menggunakan Uji T, Uji F, dan Uji R2 sebagai berikut:

#### **3.6.4.1 Signifikan Parameter Individual (Uji-t)**

Uji t digunakan untuk menunjukkan apakah terdapat pengaruh secara terpisah atau sedikit antara faktor yang otonom atau independen dengan faktor yang terkait atau subordinat. Dengan asumsi nilai besarnya lebih kecil dari tingkat kesalahan (alpha) sebesar 0,05, maka cenderung beralasan bahwa faktor-faktor bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel reliabel, sedangkan jika sig. lebih menonjol dibandingkan tingkat kesalahan (alpha) sebesar 0,05, cenderung beralasan bahwa variabel otonom mempengaruhi variabel reliabel.

#### **3.6.4.2 Uji Simultan (F-Test)**

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Uji F menggunakan uji Anova dengan ketentuan sebagai berikut<sup>87</sup> :

---

<sup>86</sup> Haryadi Sarjono dan Winda Julianita, *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset* (Jakarta: Salemba Empat, 2011).

<sup>87</sup> Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*, h.98-99.

1. Apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau nilai signifikansi  $< 0,05$  maka semua variabel independen atau bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen atau terikat.
2. Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau nilai signifikansi  $> 0,05$  maka semua variabel independen atau bebas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen atau terikat.

#### **3.6.4.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Uji  $R^2$  (R Square) atau koefisien jaminan digunakan untuk mengetahui seberapa besar tingkat komitmen dampak faktor-faktor otonom secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Apabila  $R^2 = 0$ , maka tidak ada hubungan antara faktor bebas dan variabel dependen. Sementara jika  $R^2 = 1$  menunjukkan adanya hubungan ideal antara faktor bebas dan variabel dependen.

#### **3.6.5 Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis Regresi Linier Berganda digunakan untuk menentukan dampak setidaknya dua faktor bebas pada variabel dependen.<sup>88</sup> Saat melakukan penelitian dengan beberapa variabel independen, jenis analisis ini biasanya diterapkan. Persamaan regresi yang terbentuk dari spekulasi eksplorasi ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

$Y$  = perilaku konsumtif mahasiswa

$\alpha$  = konstanta

$\beta_1$  = koefisien regresi variabel fitur shopee paylater

$\beta_2$  = koefisien regresi variabel gaya hidup

$X_1$  = fitur shopee paylater

$X_2$  = gaya hidup

$e$  = standar error

---

<sup>88</sup> Husaini Usman dan R. Purnomo Setiady Akbar, Pengantar Statistika : Cara Mudah Memahami Statistika, ed. oleh Retno Ayu Kusumaningtyas, 3 ed. (Jakarta: PT Bumi Aksara,(2022)

## **BAB IV**

### **ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

Sampel pengujian dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang kuliah di Semarang, khususnya mahasiswa yang belajar di tiga perguruan tinggi negeri yaitu UNDIP, UNNES, dan UIN Walisongo. Ada 100 responden. Secara mendalam, responden dapat dikumpulkan berdasarkan perguruan tinggi dan orientasi. Informasi penting yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil survei yang relevan yang diambil dari kuisioner yang disebar dan ditentukan oleh peneliti.

#### **4.2 Karakteristik Responden**

Pemahaman terhadap karakter atau identitas responden yang diuji dalam penelitian ini, khususnya mahasiswa yang kuliah di Semarang. Karakteristik responden pada penelitian ini, yaitu :

##### **4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Universitas**

Responden pada penelitian ini adalah mahasiswa di 3 Universitas Negeri di Semarang sebanyak 100 orang. Berdasarkan data primer yang telah diperoleh dari menyebar kuisioner maka diperoleh data mengenai Universitas responden sebagai berikut :

**Table 4. Distribusi Sampel**

<b>No.</b>	<b>Universitas</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
1.	UNDIP	26	26%
2.	UNNES	23	23%
3.	UIN Walisongo	51	51%
	Jumlah	100	100%

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah Universitas responden meliputi UNDIP sebanyak 26 responden, UNNES sebanyak 23 responden, dan UIN Walisongo sebanyak 51 responden.

#### 4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden pada penelitian ini adalah mahasiswi di 3 Universitas Negeri di Semarang sebanyak 100 orang. Berdasarkan data primer yang telah diperoleh dari menyebar kuisioner maka diperoleh data mengenai Jenis kelamin responden sebagai berikut :

**Table 5. Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki-laki	24	24%
2.	Perempuan	76	76%
	Jumlah	100	100%

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah jenis kelamin responden meliputi laki-laki sebanyak 24 responden, dan perempuan sebanyak 76 responden.

### 4.3 Analisa Data

#### 4.3.1 Uji Statistik Deskriptif

**Table 6. Hasil Uji statistik deskriptif**

Descriptive Statistics							
	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Fitur Shopee Paylater	100	15	5	20	11,92	4,074	16,600
Gaya Hidup Hedonisme	100	10	5	15	9,30	2,721	7,404
Perilaku Konsumtif	100	23	10	33	20,93	6,385	40,773
Valid N (listwise)	100						

Dari table diatas diketahui bahwa :

##### 1. Fitur Shopee Paylater

Dari table diatas dapat dianalisis: N (volume data) responden dari 3 universitas negeri yang berada di Semarang terdapat 100 sampel. Seluruh

data dalam Fitur Shopee Paylater diproses sepenuhnya. Memiliki data minimum atau data terkecil sebesar 5, dan data maximum atau nilai terbesar sebesar 20, dengan mean atau nilai rata-rata sebesar 11,92 dan dengan standar deviasi 4,074.

## 2. Gaya Hidup

Dari table diatas dapat dianalisis: N (volume data) responden dari 3 universitas negeri yang berada di semarang terdapat 100 sampel. Seluruh data dalam Gaya hidup diproses sepenuhnya. Memiliki data minimum atau data terkecil sebesar 5, dan data maximum atau nilai terbesar sebesar 15, dengan mean atau nilai rata-rata sebesar 9,30 dan dengan standar deviasi 2,721.

## 3. Perilaku Konsumtif

Dari table diatas dapat dianalisis: N (volume data) responden dari 3 universitas negeri yang berada di semarang terdapat 100 sampel. Seluruh data dalam Perilaku Konsumtif diproses sepenuhnya. Memiliki nilai minimum atau nilai terkecil sebesar 10, dan nilai maksimum atau nilai terbesar sebesar 33, dan mean atau nilai rata-rata sebesar 20,93 dan dengan standar deviasi 6,385.

### **4.3.2 Uji Instrumen Penelitian**

#### **4.3.2.1 Uji Validitas**

Uji validitas merupakan tindakan yang menunjukkan keabsahan suatu instrumen pemeriksaan. Validitas merupakan tingkat ketepatan antara informasi yang terjadi pada objek eksplorasi dengan informasi yang dapat dipertanggungjawabkan oleh analisis. Pengujian validitas suatu informasi dapat diperkirakan dengan menguji keabsahan hal-hal yang disurvei. Jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel maka item kuesioner dianggap valid. Nilai  $r$  tabel insentif pengujian dua sisi pada tingkat kepentingan 0,05 dapat dilacak berdasarkan kuantitas responden. Jadi tingkat peluang ( $df$ ) adalah  $n-2 = 30-2 = 28$  dengan arti 0,05 sehingga menghasilkan  $r$  tabel bernilai 0,361. Konsekuensi dari pengujian validitas dapat dilihat pada tabel berikut:

**Table 7. Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	Rhitung	rtabel	Keterangan
Fitur Shopee Paylater	FSP1	0,870	0,197	Valid
	FSP2	0,861	0,197	Valid
	FSP3	0,863	0,197	Valid
	FSP4	0,754	0,197	Valid
Gaya Hidup	GHH1	0,768	0,197	Valid
	GHH2	0,830	0,197	Valid
	GHH3	0,815	0,197	Valid
Perilaku Konsumtif	PK1	0,640	0,197	Valid
	PK2	0,605	0,197	Valid
	PK3	0,844	0,197	Valid
	PK4	0,780	0,197	Valid
	PK5	0,772	0,197	Valid
	PK6	0,739	0,197	Valid
	PK7	0,683	0,197	Valid

Berdasarkan tabel di atas yaitu hasil uji validitas semua instrumen, menunjukkan bahwa Fitur Shopee Paylater dengan 4 butir pernyataan, gaya hidup dengan butir 3 butir pernyataan, dan perilaku konsumtif dengan 7 butir pernyataan, maka seluruh butir pernyataan dinyatakan valid karena memiliki rhitung di atas r tabel yaitu:

#### **4.3.2.2. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas adalah alat ukur untuk menentukan tingkat konsistensinya terhadap suatu peristiwa atau objek. Apabila data yang sama dihasilkan oleh objek penelitian yang sama atau oleh peneliti yang sama

pada waktu yang sama, maka data tersebut dianggap dapat diandalkan. Sebenarnya, informasi dianggap reliable jika Cronbach's alpha ( $\alpha$ )  $\geq$  0,60.

**Table 8. Hasil Uji Realibilitas**

Variabel	alfa Cronbach ( $\alpha$ )	Critical Value	Keterangan
Fitur Shopee Paylater	0,60	0,857	Reliabel
Gaya Hidup	0,60	0,735	Reliabel
Perilaku Konsumtif	0,60	0,851	Reliabel

Melihat tabel di atas, dapat diasumsikan bahwa faktor highlight, gaya hidup dekaden, dan perilaku pembeli Shopee PayLater mempunyai nilai Cronbach's alpha lebih dari 0,60 sehingga seluruh faktor dinyatakan reliabel.

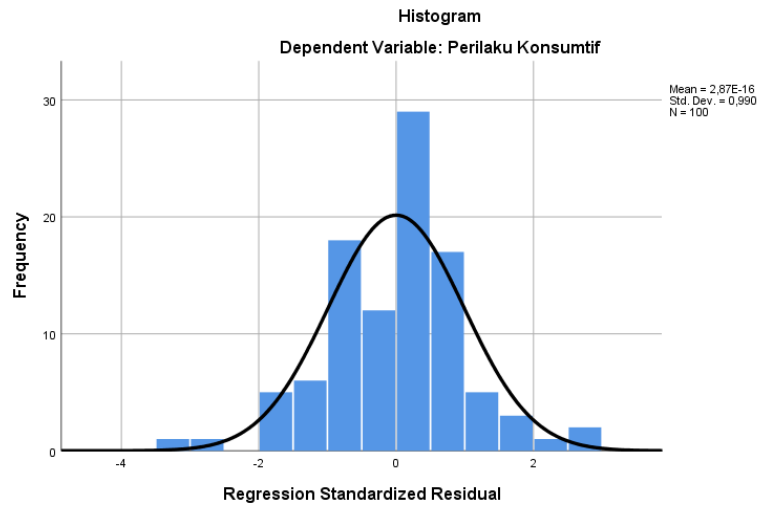
### 4.3.3 Uji Asumsi Klasik

#### 4.3.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah sebuah strategi yang digunakan untuk memutuskan apakah informasi berasal dari populasi yang biasa beredar atau berada di dalam sebaran normal. Dispersi yang khas adalah diseminasi simetris dengan modus, mean, dan titik tengah di tengahnya. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh mempunyai distribusi normal. Uji Kolmogorov Smirnov digunakan dalam uji normalitas penelitian ini untuk mengetahui apakah residual model regresi berdistribusi normal.. Berikut disajikan hasil analisisnya :

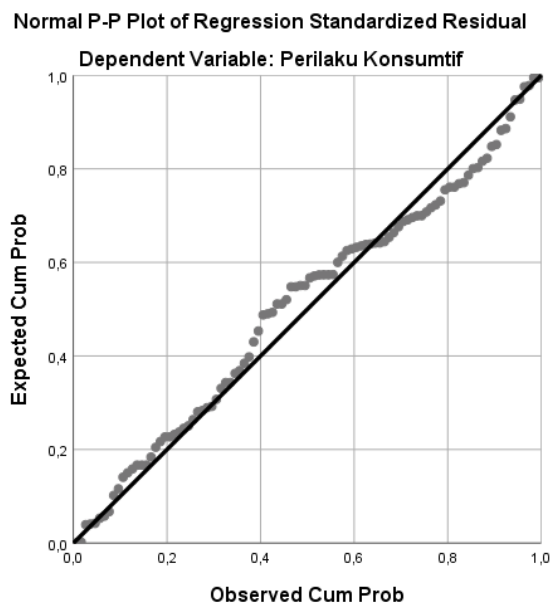


**Gambar 2. Histogram Uji Normalitas**



Gambar diatas menunjukkan pola histogram tidak menceng (*sweakness*), maka data penelitian terdistribusi normal.

**Gambar 3. Hasil Uji Normalitas P-Plot**



Berdasarkan gambar diatas menunjukkan fokus-fokus yang menangani informasi plot yang tersebar di sekitar garis miring pada grafik

dan mengikuti garis miring pada diagram, dengan tujuan diambil model regresi yang disebarluaskan secara teratur.

**Table 9. Hasil Normalitas Kolmogorov Smirnov**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,19822913
Most Extreme Differences	Absolute	,088
	Positive	,067
	Negative	-,088
Test Statistic		,088
Asymp. Sig. (2-tailed)		,052 <sup>c</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Tabel diatas menunjukkan hasil uji normalitas diketahui dimana Nilai penting. Jadi cenderung terlihat bahwa  $0,052 > 0,05$ , dan itu berarti nilai sisanya lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal.

#### 4.3.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas diperlukan untuk mengetahui apakah terdapat faktor-faktor bebas yang bersifat komparatif antara faktor-faktor otonom dalam suatu model. Akan terjadi korelasi yang sangat kuat antar variabel independen jika variabel-variabel tersebut serupa. 92 Letak multikolinearitas pada model relaps harus terlihat melalui nilai ketahanan dan Difference Expansion Variable (VIF). Model relaps seharusnya bersifat multikolinearitas jika nilai resiliensi  $< 0,10$  dan nilai VIF  $> 10$ . Pada penelitian ini akan dilakukan uji multikolinearitas dengan melihat nilai (VIF) pada model relaps.

**Table 10. Hasil Uji Multikolinearitas**

		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	2,082	1,723		1,208	,230		
	Fitur Shopee Paylater	,606	,111	,387	5,479	,000	,893	1,119
	Gaya Hidup Hedonisme	1,249	,166	,532	7,538	,000	,893	1,119

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan hasil Uji Multikolinearitas sebagai berikut :

1. Nilai Tolerance pada variabel Fitur Shopee Paylater (X1) sebesar 0,893 dan variabel Gaya Hidup (X2) sebesar 0,893. Dari kedua variabel menunjukkan bahwa nilai Tolerance > 0,01. Dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinearitas .
2. Nilai VIF pada Fitur Shopee Paylater (X1) sebesar 1,119 dan variabel Gaya Hidup (X2) sebesar 1,119. Dari kedua variabel menunjukkan bahwa nilai VIF < 10. Dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinearitas.

#### **4.3.3.3 Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas berarti menunjukkan bahwa perubahan setiap variabel tidak berbeda untuk semua persepsi. Homoskedastisitas adalah suatu kondisi dimana varians dari residu tetap konstan dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model relaps yang layak adalah homoskedastisitas atau dengan demikian tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam ulasan ini, analis menggunakan uji glesjer.

**Table 11. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,114	1,106		3,720	,000
	Fitur Shopee Paylater	-,064	,071	-,096	-,898	,372
	Gaya Hidup Hedonisme	-,018	,106	-,018	-,165	,869

a. Dependent Variable: Abs\_Res

Dari tabel di atas diketahui nilai kepentingan variabel Komponen Shopee Paylater sebesar 0,372 dan variabel Cara Hidup Pesta pora sebesar 0,869. Kedua faktor bebas tersebut mempunyai nilai kepentingan  $> 0,05$  sehingga model regresi ini tidak mempunyai efek samping heteroskedastisitas.

#### 4.3.4 Uji Hipotesis

##### 4.3.4.1 Signifikan Parameter Individual (Uji-t)

Uji t digunakan untuk menunjukkan apakah terdapat pengaruh secara eksklusif atau agak antara faktor otonom atau bebas dan faktor terkait atau subordinat. Dapat disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen jika nilai signifikannya lebih kecil dari tingkat kesalahan (alpha) sebesar 0,05, sedangkan jika sig. lebih menonjol dibandingkan tingkat kesalahan (alpha) sebesar 0,05, maka dapat diasumsikan bahwa variabel bebas tidak mempengaruhi variabel dependen.

$$\begin{aligned} T_{\text{tabel}} &= ( ( \alpha / 2 ) ; ( n-k-1 ) ) \\ &= ( ( 0,05 / 2 ) ; ( 100-2-1 ) ) \\ &= ( ( 0,025 ) ; ( 97 ) ) \\ &= 1,984 \end{aligned}$$

**Table 12. Hasil Uji T**

		<b>Coefficients<sup>a</sup></b>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2,082	1,723		1,208	,230
	Fitur Shopee Paylater	,606	,111	,387	5,479	,000
	Gaya Hidup Hedonisme	1,249	,166	,532	7,538	,000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Dapat disimpulkan bahwa :

1. Variabel Fitur Shopee Paylater (X1) diperoleh nilai t hitung sebesar 5,479 yang lebih besar dari t tabel 1,984 ( $5,479 > 1,984$ ) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0,00 < 0,05$ ). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Fitur Shopee Paylater berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.
2. Variabel Gaya Hidup (X2) diperoleh nilai t hitung sebesar 7,538 yang lebih besar dari t tabel 1,984 ( $7,538 > 1,984$ ) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,00 ( $< 0,05$ ). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.

#### 4.3.4.2 Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk melihat apakah variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen secara keseluruhan. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka dianggap menarik. Seharusnya besar dengan asumsi nilai kritis variabel  $< 0,05$ . Uji F mempunyai ketentuan sebagai berikut: Apabila F yang ditentukan  $< F$  tabel maka  $H_0$  diakui. Apabila ditentukan  $F > F$  tabel, maka  $H_0$  ditolak.

$$\begin{aligned} F_{tabel} &= (k; n-k) \\ &= (2; 100 - 2) \\ &= (2; 98) \\ &= 3,09 \end{aligned}$$

**Table 13. Hasil Uji F**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2291,622	2	1145,811	63,697	,000 <sup>b</sup>
	Residual	1744,888	97	17,989		
	Total	4036,510	99			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup Hedonisme, Fitur Shopee Paylater

Dapat dilihat nilai F hitung sebesar 63,697 dan nilai F tabel sebesar 3,09 ( $63,697 > 3,09$ ) yang artinya F hitung lebih besar dari F tabel. Serta nilai signifikansi  $0,00 < 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa Fitur Shopee Paylater (X1), Gaya Hidup (X2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y) pada mahasiswa di 3 Universitas negeri di Semarang.

#### 4.3.4.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji R<sup>2</sup> (R Square) atau koefisien jaminan digunakan untuk mengetahui seberapa besar tingkat komitmen dampak faktor-faktor bebas secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Uji koefisien jaminan dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor-faktor bebas, khususnya fitur Shopee Paylater (X1), gaya hidup (X2) terhadap perilaku pembeli (Y). Berikut dampak yang ditimbulkan dari uji koefisien jaminan:

**Table 14. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,753 <sup>a</sup>	,568	,559	4,241

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup Hedonisme, Fitur Shopee Paylater

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,568 atau 56,8 %. Artinya variabel bebas yaitu Fitur Shopee Paylater (X1) dan Gaya Hidup (X2) memberikan pengaruh sebesar 56,8% terhadap Perilaku Konsumtif dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

#### 4.3.4.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variable bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Analisis ini biasanya digunakan pada penelitian yang memiliki lebih dari satu variabel independen. Persamaan regresi yang dirumuskan berdasarkan hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + e$$

Adapun hasil persamaan regresi linear berganda penelitian ini, yaitu :

**Table 15. Hasil Persamaan Regresi Linear Berganda**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2,082	1,723		1,208	,230
	Fitur Shopee Paylater	,606	,111	,387	5,479	,000
	Gaya Hidup Hedonisme	1,249	,166	,532	7,538	,000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Berdasarkan analisa data yang diolah melalui aplikasi spss maka diperoleh persamaan :

$$Y = 2,082 + 0,606X_1 + 1,249X_2$$

Dari persamaan diatas dapat disimpulkan bahwa :

1. Konstanta sebesar 2,082 dapat dijabarkan apabila variabel bebas memiliki nilai nol (0) maka nilai variabel terikat (Y) sebesar 2,082. Menunjukkan bahwa jika Fitur Shopee Paylater dan Gaya Hidup nilainya adalah tidak ada atau sama dengan 0, maka Perilaku Konsumtif nilainya adalah 2,082

yang dimana artinya intensi peningkatan Perilaku Konsumtif sebesar 2,082.

2. Koefisien regresi pada Fitur Shopee Paylater (X1) mempunyai pengaruh terhadap Perilaku Konsumtif (Y) sebesar 0,606 . Artinya jika variabel Fitur Shopee Paylater ditingkatkan satu satuan sedangkan Gaya Hidup nilainya adalah tetap maka akan meningkatkan Perilaku Konsumtif sebesar 0,606.
3. Koefisien regresi Gaya Hidup (X2) mempunyai pengaruh terhadap Perilaku Konsumtif (Y) sebesar 1,249. Artinya jika variabel gaya hidup hedonisme ditingkatkan satu satuan sedangkan Fitur Shopee Paylater nilainya adalah tetap maka akan meningkatkan Perilaku Konsumtif sebesar 1,249.

#### 4.4 Pembahasan

##### 1. Pengaruh Fitur Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif

Sorotan Shopee Paylater adalah sistem cicilan yang menggunakan sistem Beli Sekarang, Bayar Nanti atau sistem beli di Shopee dimana cicilan dilakukan di masa yang akan datang. Mengingat konsekuensi dari uji relaps, terlihat bahwa fitur Shopee PayLater berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembeli. Hal ini ditunjukkan dengan nilai thitung lebih besar dari nilai ttabel dengan tingkat signifikansi 0,00 – 0,05, dibuktikan dengan nilai ttabel sebesar 1,984. Dapat diasumsikan bahwa H1 diterima, yang berarti bahwa fitur Shopee PayLater memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku pembeli. Pada akhirnya, semakin sering siswa menggunakan fitur paylater, semakin konsumtif pula mahasiswa tersebut.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Euis Audria Sari, dkk<sup>89</sup>, Rahmatika<sup>90</sup>, dan Andini<sup>91</sup> tentang pengaruh shopee paylater terhadap

---

<sup>89</sup> Euis Audria Sari, dkk. *Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim*. IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary Vol 1. 2023 No 1

<sup>90</sup> Rahmatika. *Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia*. Jurnal : Riset bisnis dan informasi. Vol. 7,2023 No. 1

<sup>91</sup> Andini dkk., *PENGARUH PENGGUNAAN FITUR SHOPEE PAY LATER TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA STEBIS IGM DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH*. Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi vol.2 (6). 2023 hal 106-116



perilaku konsumtif menyatakan bahwa fitur shopee paylater berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Artinya penggunaan shopee paylater akan mempengaruhi konsumen untuk berperilaku konsumtif.

Fitur shopee paylater menyediakan berbagai kemudahan dan keuntungan yang disediakan bagi konsumen. Fitur shopee paylater memberikan berbagai keuntungan seperti adanya voucher cashback, gratis ongkir maupun diskon. Dengan adanya penawaran menarik akan membuat konsumen cenderung memilih menggunakan shopee paylater. Kemudahan pengoperasionalan saat bertransaksi juga menjadikan alasan konsumen memilih menggunakan shopee paylater.

Hasil ini sesuai dengan hipotesis Michael Agustio Gosal dan NaniK Linawati yang menyatakan bahwa seseorang akan memanfaatkan suatu inovasi jika mengetahui secara pasti manfaat yang dapat diperolehnya dalam memanfaatkan inovasi tersebut. Kemudahan ini menyinggung sejauh mana klien merasakan keunggulan dari elemen yang diberikan Paylater. Selain itu, *Technology Acceptance Model* adalah teori yang dikembangkan untuk menjelaskan bagaimana pengguna memahami dan menggunakan teknologi informasi. Dengan adanya kemudahan dan keefisienan yang disediakan oleh shopee paylater akan mendorong konsumen untuk terus melakukan pembelian atau melakukan transaksi yang cenderung mengarah ke perilaku konsumtif bukan berdasarkan pada kebutuhan. Hanya dengan klik klik sudah bisa melakukan berbagai transaksi. Hal inilah yang menyebabkan konsumen menjadi konsumtif. Jual beli dengan kredit diperbolehkan oleh ekonomi Islam, yang menjamin tidak ada unsur kezaliman (riba) kecuali jika transaksi tersebut terpaksa. Harga barang yang dibeli menggunakan pinjaman tidak sama dengan jumlah yang dibayarkan dengan uang sungguhan atau selama jangka waktu yang mudah. Bai'al-inah dan bai'bitsamin'ajil adalah dua nama

---

untuk ini. Pada umumnya, pihak-pihak tersebut setuju untuk menyelesaikan barang dagangan dengan harga yang telah ditentukan sebelumnya dan selama periode cicilan (penggantian) yang disepakati. Walaupun angsuran dilakukan belakangan, namun biayanya harus dilunasi pada awal penukaran untuk menghindari unsur riba.<sup>92</sup> Dalam perekonomian Islam, Shopee Paylater dikenang karena akad qardhnya, yaitu akad kewajiban dan piutang.

## 2. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif

Menurut Benthem gaya hidup adalah suatu dorongan individu untuk berperilaku dengan memegang prinsip kesenangan. Berdasarkan hasil uji regresi menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Hal ini dibuktikan dengan adanya nilai t hitung sebesar 7,538 dengan ttabel sebesar 2,984 sehingga t hitung lebih besar dari t tabel dengan nilai signifikansi  $0,00 < 0,005$ . Dapat disimpulkan bahwa H2 diterima artinya gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Artinya semakin mahasiswa bergaya hidup hedonisme maka mahasiswa semakin konsumtif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mira, dkk<sup>93</sup>, Hasnidar<sup>94</sup> yang menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Gaya hidup memiliki sifat dan karakteristik perilaku atau budaya yang menginginkan keseluruhan kehidupan penuh dengan kesenangan yang bisa dirasakan dan memuaskan keinginan, sehingga tujuan akhir dari kehidupan ini adalah kesenangan. Gaya hidup sendiri sangat berpengaruh terhadap pola perilaku konsumen di kehidupan sehari-hari. Gaya hidup mendorong individu mempunyai pola perilaku konsumtif terutama di kalangan mahasiswa. Mahasiswa yang memiliki pola hidup

---

<sup>92</sup> Ilham Dan Herlinda Sultan, Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Jual Beli Secara Kredit, *Journal Of Institution And Sharia Finance*, Volume 2 No. 1 (2019): h. 8.

<sup>93</sup> Mira, dkk. *Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Mahasiswa*. Vol 2 *Journal on education*. 2023 No. 02

<sup>94</sup> Hasnidar. *Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa*. Vol 11 *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwa*. 2021 No 01.

rakus akan terus menerus fokus pada hal-hal yang bukan merupakan kebutuhan utama dalam hidupnya sehingga menimbulkan perilaku pembeli sehingga otomatis memberdayakan dirinya untuk berbelanja. Dalam Islam, berlebihan mengkonsumsi tidak diperbolehkan. Selain Islam membantu umatnya untuk mengkonsumsi apa yang halal dan baik, Islam juga mengajarkan mereka untuk mengkonsumsi segala sesuatu untuk memenuhi kebutuhan dan tuntutan hidup manusia. Dari segi tingkah laku atau gaya juga harus dalam batasan yang masuk akal dalam artian tidak berlebihan (isyraf) atau ekstrim (tabzir) meskipun pembelinya tergolong kaya atau berkecukupan. Meskipun demikian, Islam tidak mengizinkan gagasan untuk menimbun kekayaan, menjauhkannya dari orang lain, dan menyia-nyiakannya untuk hal-hal yang tidak berguna.<sup>95</sup> Dalam perspektif ekonomi Islam, Pemanfaatannya mempunyai arti manfaat secara fisik, mendalam, ilmiah, dan material. Jika dalam urusan keuangan pengusaha, pemanfaatannya hanya ditujukan untuk memuaskan nafsu atau kepuasan, hal ini tidak berlaku dalam pemanfaatan keuangan Islam. Apabila seseorang mengkonsumsi karena kaidah kebutuhan dan bukan pemenuhan, maka pemuasan kebutuhan tersebut akan menghasilkan masalah dan pemenuhan, namun dengan asumsi bahwa pemanfaatan bergantung pada keinginan, hal tersebut hanya akan memberikan rasa kepuasan dan hal tersebut akan terus berlanjut. menjadi lebih melimpah dalam jangka panjang, benar-benar bermaksud bahwa jika yang diinginkan bukanlah suatu kebutuhan, maka memuaskan keinginan tersebut hanya akan memberikan kepuasan.<sup>96</sup>

---

<sup>95</sup> Muthiatu,dkk. POLA KONSUMSI HEDONISME GENERASI MILLENIAL MUSLIM TERHADAP TEORI KONSUMSI DALAM PRESPEKTIF EKONOMI ISLAM. Volume 12, jurnal ekonomi islam. 2021 No 2,

<sup>96</sup> Wahyuni, S. (2013). Teori Konsumsi Dan Produksi Dalam Perspektif Islam. Jurnal Akuntabel, Vol 10(No 1), 74-79.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Mengacu kepada hasil olah data penelitian diatas yang berjudul “Pengaruh Shopee Paylater dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif” mendapatkan kesimpulan seperti berikut :

1. Variable shopee paylater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa adalah berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini dibuktikan dengan adanya nilai t hitung sebesar 5,479 dengan t tabel sebesar 1,984 sehingga t hitung lebih besar dari t tabel dengan nilai signifikansi  $0,00 < 0,05$ . Artinya semakin tinggi penggunaan shopee paylater maka semakin meningkatkan perilaku konsumtif.
2. Pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa adalah gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini dibuktikan dengan adanya nilai t hitung sebesar 7,538 dengan t tabel sebesar 2,984 sehingga t hitung lebih besar dari t tabel dengan nilai signifikansi  $0,00 < 0,005$ . Artinya semakin tinggi gaya hidup maka semakin konsumtif.

#### **5.2. Saran**

Meskipun penulis telah melakukan penelitian ini dengan semaksimal mungkin, akan tetapi jelas terdapat kekurangan dalam penelitian ini. Berdasarkan pada hasil penelitian dan kesimpulan yang dapat ditarik , maka saran penelitian yakni antara lain :

1. Mahasiswa diharapkan lebih memperhatikan perilaku konsumtifnya sehingga dapat mengikuti ajaran Islam yang benar dan lebih terbuka dalam memperluas pemahamannya tentang perilaku konsumtif, dan juga diharapkan tidak menggunakan uang dengan berhambur-hamburan, bisa bijak dalam memanfaatkan uang, bisa mengontrol diri mana yang kebutuhan mana yang hanya keinginan semata.

2. Saran untuk peneliti selanjutnya topik tersebut harus diperluas dengan membeberkan penelitian pada tingkat populasi yang lebih luas serta memakai variabel lain untuk menilai perilaku konsumtif untuk mengkonfirmasi dan memperluas hasil penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Syaiful Ramadhan, “*Hubungan Gaya Hidup Konsumtif dengan Harga Diri Mahasiswa*” (Universitas Indonesia, 2012).
- Adinda, Natasya.2022. *FENOMENA BELANJA ONLINE: KASUS PENGGUNA FITUR SHOPEE PAYLATER Studi Kasus pada 4 Mahasiswa Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Jakarta 2020*. Journal of society studies Vol. 2, No. 2, Des 2022
- Anastasia, Nadya. *Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater*. Medan: Skripsi USU. 2018.
- Andini dkk, *PENGARUH PENGGUNAAN FITUR SHOPEE PAY LATER TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA STEBIS IGM DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH*. Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi vol.2 (6). 2023 hal 106-116
- Anggar Seni and Dwi Ratnadi, “Theory Of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Berinvestasi.
- Annur,Mutia Cindy.2021. *layanan Paylater Paling Sering Digunakan pada 2021*.katadata. (diakses 30 april 2023).
- Aristanti, N. D. (2020). PayLater, Kartu Kredit Zaman Now yang Ternyata Bisa Bikin Kalap Belanja! Koin Works. <https://koinworks.com/blog/apa-itu-pay-later/>
- Ari Rahmat, Asyari dan Hesi Eka Puteri, ‘*Pengaruh Hedonisme dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*’ *Journal of economic studies*, bukittinggi, 4.1(2020). h 52
- Asisi. (2020). *Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian*. HIRARKI: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan, 2 (1), 107-118.
- Astilaisyah sari. *Pengaruh Sosial, Gaya Hidup, Dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember Pengguna Fitur SPayLater*. Skripsi :jember (2023)

- Bukhori Alma, *Kewirausahaan Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Bagi Mahasiswa dan Masyarakat Indonesia* (Bandung: Alfabeta, 2006).
- Cahyanti, Sri. "Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup dan Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Bidikmisi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan Dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating." UIN Sumatera Utara Medan, 2021.
- Chita, R. C. M., David, L., & Pali, C. (2015). *Hubungan antara self-control 11 dengan perilaku konsumtif online shopping produk fashion pada mahasiswa fakultas kedokteran Universitas Sam Ratulangi angkatan 2011*. Jurnal E-Biomedik (eBm), 3(1), 297–302. data.unnes.ac.id
- D'Ayu Mitra Lestari. 2022. *Pengaruh Kemudahan dan Kemanfaatan Fitur Shopee paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial*. detik.com/mahasiswa-kecanduan-paylater-konsumtif-pakar-ui-ingatkan-dampaknya
- Djuwaini, Dimyauddin, Pengantar Fiqh Muamalah, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2010.
- Djam'an Satori, Metode Penelitian Kualitatif (Bandung: Alfabeta, 2013).
- Dikria, Okky dan Sri Umi Mintarti. (2016). *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013*. Jurnal Pendidikan Ekonomi. 9(2): 128-139
- Dinda Dwi Octafinna, "Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Kelompok Persahabatan, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan tahun 2014-2016)" (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018).
- Duwi Priyanto, Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS dan Tanya Jawab Ujian Pendadaran, 1 ed. (Yogyakarta: Gava Media, 2010).
- Edi Suryaldi, Deni Dalrmaalwaln daln Aljalng Mulyaldi, Metode Penelitian Komunikasi, Cet. 1, Bandung : PT Remaljal Rosdalkalryal, 2019, Hal. 178.

- Effendi, U. 2016. Psikologi Konsumen. Jakarta: Rajawali Pers
- Elpa Julita. *PENGARUH PENGGUNAAN SHOPEE PAYLATER TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA MUSLIM (STUDI PADA MAHASISWA FEBI UIN FATMAWATI SUKARNO BENGKULU)*. Skripsi : Bengkulu.2022.
- Engel, James F, Roger D Blackwell, dan Paul W Winiard. Consumer Behavior. 6 ed. Jakarta: Binarupa Aksara, 1994.
- Euis Audria Sari, dkk. *Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim*. IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary Vol 1. 2023 No 1
- Faizah, A. (2020). *Pengaruh Kemudahan E-Commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Uin Sunan Ampel Surabaya*.
- Gumulya, J., & Widiastuti, M. (2013). *Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul*. Jurnal Psikologi Esa Unggul, 11(01).
- Haryadi Sarjono dan Winda Julianita, SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset (Jakarta: Salemba Empat, 2011).
- Hasnidar. *Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa*. Vol 11 Komunida: Media Komunikasi dan Dakwa. 2021 No 01.
- Hendryadi dan Irsan Tricahyadinata Rachma Zannati, Metode Penelitian Pedoman Penelitian Bisnis dan Akademik (Lembaga Pengembangan Manajemen dan Publikasi Imperium (LPMP Imperium), 2019).
- Husaini Usman dan R. Purnomo Setiady Akbar, Pengantar Statistika : Cara Mudah Memahami Statistika, ed. oleh Retno Ayu Kusumaningtyas, 3 ed. (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2020).
- Husein Umar, Research Methods in Finance and Banking (Bandung: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000).
- Ilimam Asy-Syaukani, Tafsir Fathul Qadir Jilid 4 , terj. Amir Hamzah Fachruddin, (Jakarta:Pustaka Azzam, 2010), hlm.55



- Ilahi, N. (2022). *Beli Sekarang Bayar Nanti: Mahasiswi, SPay Later, dan Pandemi Covid-19*. *Jurnali Ilmiah Ilmu-ilmu Sosial*, 5(1).
- Indrawati, D. (2015). *Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab “Zoya.”* *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 15 (2), 302. <https://doi.org/10.17970/jrem.15.150207.id>
- Jemes F Engel, Roger D Blackwell, dan Paul W Winiard, *Consumer Behavior*, 6 ed. (Jakarta: Binarupa Aksara, 1994).
- Jimmi Pratama Sinurat, “*Pengaruh Pendapatan Orang Tua dan Gaya Hidup Mahasiswa terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pendidikan Bisnis Stambuk 2017*” (Universitas Negeri Medan, 2021).
- Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, 7 ed. (Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 1962).
- Kurniasari and Fisabilillah, ‘*Fenomena Perilaku Berbelanja Menggunakan Spaylater Serta Dampaknya Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Ilmu Ekonomi*.’ (2021. h, 68)
- Mira, dkk. *Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Mahasiswa*. Vol 2 *Journal on education*. 2023 No. 02
- M Rizky Al Caesar and I Made Sukresna, “*Studi Perilaku Mahasiswa Dalam Pola Pengambilan Keputusan Penggunaan Jasa Bimbingan Belajar Mahasiswa*,” *Diponegoro Journal of Management* 6 (2017): 1–13.
- Mohammad Nor Ichwan dan Muchamad Fauzi, *Metode Penelitian Kuantitatif Sebuah Pengantar* (Semarang: Walisongo Press, 2009).
- Mowen, John, dan Minor Michael. *Perilaku Konsumen*. 5 ed. Jakarta: Erlangga, 2002.
- Muhammad Ridwan, Isnaini Harahap, and Pangeran Harahap, *Keputusan Pembelian Melalui Situs Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Lazada Di Medan)*, *J-EBIS* 3, no. 2 (2018): 132–47.
- Musthofa, Muhammad Ashim bin. “*Nikmatnya Hidup Sederhana*,” 2018.

- Ni Nyoman Anggar Seni and Ni Made Dwi Ratnadi, “*Theory Of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Berinvestasi,*” E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana 12 (2017): 4043–68.
- Nugraheni, P.N.A. *Perbedaan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis Pada Remaja Ditinjau dari Lokasi Tempat Tinggal.* Surakarta : Fakultas Psikologi UMS, 2003.
- Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan keinginan Konsumen,* 3 ed. (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019).
- Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi & Manajemen* (Yogyakarta: BPFE, 2013).
- Nuryadi et al., *Dasar-Dasar Statistik Penelitian* (Jakarta: Sibuku Media, 2017).
- Octafinna, “*Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Persahabatan, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi (Studi Kasus Mahasiswi Ekonomi Syariah angkatan tahun 2014-2016).*”
- Pascaria Estrella Glorintani Hadiman, “*Pengaruh Literasi Ekonomi, Gaya Hidup, dan Kelompok Teman Sebaya, dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Ekonomi Universitas Sanata Dharma*” (Sanata Dharma Yogyakarta, 2021).
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen pemasaran,* 4 ed. (Jakarta: Indeks, 2009).
- Rahmatika. *Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia.* Jurnal : Riset bisnis dan informasi. Vol. 7,2023 No. 1
- Richard M. Steers, *Efektivitas Organisasi (kaidah perilaku),* 2 ed. (Jakarta: Erlangga, 1980). 106
- Rianton. (2012). *Hubungan antara konformitas kelompok teman sebaya dengan gaya hidup hedonis pada mahasiswa Kab. Dhamasraya di Yogyakarta.* Naskah Publikasi. Yogyakarta

- Risnawati, “*Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Di Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh)*” (UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2021).
- Sari, C. A. (2015). *Perilaku Berbelanja Online Di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga*. Jurnal Antro Unair, 4(2), 205–216.
- Sari, “*Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, Dan Resiko Terhadap Penggunaan Internet Banking Nasabah Bank Mandiri Di Surabaya.*”
- Setianingsih, “*Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto).*”
- Sri Astuti Setianingsih, “*Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto)*” IAIN Purwokerto, 2018).
- Sri Cahyanti, “*Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup dan Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Bidikmisi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan Dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating* (UIN Sumatera Utara Medan 2021).
- Sinurat, jimmi pratama. “*Pengaruh Pendapatan Orang Tua dan Gaya Hidup Mahasiswa terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pendidikan Bisnis Stambuk 2017.*” Universitas Negeri Medan, 2021.
- Sonia Aftika, “*PENGARUH PENGGUNAAN SISTEM PEMBAYARAN SHOPEE PAYLATER “BAYAR NANTI” TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA UIN RADEN INTAN LAMPUNG DALAM PERSPEKTIF BISNIS SYARIAH*” ( UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG. 2021)
- Sony Faisal Rinaldi dan Bagya Mujianto, *Metodologi Penelitian dan Statistik*, 1 ed. (Jakarta: Pusat Pendidikan Sumber Daya Manusia Kesehatan, 2017).
- Sugiyono dan Apri Nuryanto, *Statistika untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2007).

- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, 14 ed. (Jakarta: Rineka Cipta, 2010).
- Suleman, “Faktor Penentu Keputusan Konsumen Indonesia Memilih Tempat Belanja Disebuah E-Commerce (Theory of Planned Behavior).”  
tafsirweb.com
- Tiffany dea pratiwi. *Pengaruh Penggunaan Fitur Shopee Paylater Dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FKIP Universitas Pancasakti Tegal*. Skripsi: Tegal (2022)
- Triyaningsih, SL. 2011. *Dampak Online Marketing Melalui Facebook Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat(Online)*.
- Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003).
- Umar Mukhtar, “*Pengaruh Label Halal Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua (Studi Kasus Mahasiswa UIN Walisongo)*” (Semarang, UIN Walisongo, 2022).

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Permohonan Kuisisioner

#### PERMOHONAN PENGISIAN KUESIONER PENELITIAN

*Assalamualaikum Wr.Wb.*

Responden yang terhormat,

Dalam rangka melakukan penelitian untuk kepentingan skripsi yang berjudul tentang “Pengaruh Fitur Shopee Paylater dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Perilaku Konsumtif”.Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama :Devi Fitriani

Nim : 1905026101

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Islam

Mohon kesediaan calon responden untuk berpartisipasi mengisi kuesioner ini, guna mengetahui pengaruh Fitur Shopee Paylater dan gaya hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. Seluruh jawaban yang diberikan akan dijaga kerahasiaanya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademik. Atas partisipasi dan perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Hormat Saya

Devi Fitriani

## DAFTAR PERTANYAAN KUESIONER

### Pengaruh Fitur Shopee Paylater dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Perilaku Konsumtif

Petunjuk Kuesioner Pilihlah jawaban dengan memberi tanda checklist (√) pada salah satu jawaban yang paling sesuai menurut Saudara/i Keterangan

- 1: Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2: Tidak Setuju (TS)
- 3: Netral (N)
- 4: Setuju (S)
- 5: Sangat Setuju (SS)

#### IDENTITAS RESPONDEN

- 1: Nama Responden
- 2: Jenis Kelamin
  - A: laki- laki
  - B: perempuan
- 3: Universitas Responden
  - A: UIN Walisongo Semarang
  - B: Universitas Diponegoro Semarang
  - C: Universitas Negri Semarang

#### a. Variabel penggunaan Fitur Shopee Paylater (X1)

penggunaan Fitur Paylater						
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya akan terus menggunakan paylater saat berbelanja di e-commerce					
2	Saya memutuskan menggunakan paylater karena membantu dalam melakukan transaksi pembayaran saat berbelanja					

3	Saya memutuskan untuk menggunakan paylater dalam transaksi pembayaran karena mudah saat menggunakannya					
4	Saya akan menyarankan kepada orang lain untuk menggunakan paylater					

b. Variabel Gaya Hidup Hedonisme

Gaya Hidup Hedonisme						
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya hampir setiap minggu mengunjungi pusat perbelanjaan, tempat makan seperti cafe, mall, dan sebagainya					
2	Saya akan menggunakan uang yang saya dapat untuk hal yang saya minati walaupun itu tidak berguna					
3	Saya beranggapan bahwa membeli produkproduk yang saya inginkan walaupun barang itu tidak terlalu penting adalah bagian dari kesenangan hidup saya					

c. Variabel Perilaku Konsumtif

Perilaku Konsumtif						
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya membeli produk karena produk tersebut menyediakan hadiah					
2	Saya menyukai barang-barang karena pemasarannya menarik					

3	Saya membeli produk yang tidak/belum dibutuhkan demi menjaga penampilan diri dan gengsi.					
4	Saya lebih percaya diri dan dihargai saat membeli produk mahal					
5	Saya membeli produk agar kelihatan lebih keren dimata orang lain					
6	Saya membeli produk karena idola saya mengiklankan produk tersebut					
7	Saya suka mencoba lebih dari dua produk sejenis dengan merk yang berbeda					

## Lampiran 2. Tabulasi Data

### a. Variable Shopee paylater (X1)

X1	X1.2	X1.3	X1.4	Total X1
3	3	3	3	12
1	3	2	2	8
1	1	1	3	6
1	2	2	1	6
4	4	5	4	17
2	2	2	2	8
5	5	5	5	20
2	2	3	2	9
1	2	2	1	6
1	1	1	3	6
2	3	4	2	11
3	3	5	3	14
3	3	4	2	12
2	1	4	1	8
4	5	5	1	15
2	3	3	2	10
1	4	3	1	9
2	2	2	2	8



4	5	5	5	19
3	2	2	2	9
1	2	2	4	9
3	4	2	4	13
3	4	4	2	13
1	2	1	1	5
2	2	2	1	7
3	3	3	3	12
1	2	2	1	6
3	3	2	4	12
2	2	3	3	10
2	3	4	2	11
1	2	2	2	7
5	5	4	4	18
2	3	4	3	12
1	3	2	1	7
3	4	3	1	11
2	4	4	3	13
3	4	3	2	12
2	3	3	3	11
3	4	4	3	14
3	5	5	1	14
1	3	1	2	7
1	3	3	3	10
1	2	2	3	8
2	2	3	1	8
2	2	3	1	8
3	4	4	4	15
2	2	3	3	10
3	4	4	2	13
4	4	4	2	14
4	5	5	4	18
2	4	3	1	10
2	3	2	3	10
3	4	4	3	14
2	3	2	2	9
3	2	2	2	9
1	5	5	1	12
2	5	5	2	14
2	4	4	2	12
3	4	5	3	15
2	3	3	2	10
2	2	3	1	8
1	4	4	3	12

4	4	4	2	14
1	4	4	3	12
3	4	4	3	14
5	4	5	3	17
2	1	2	2	7
2	2	1	2	7
4	4	4	3	15
3	3	2	1	9
5	4	4	3	16
2	1	1	2	6
1	2	2	1	6
3	3	4	3	13
2	2	1	2	7
3	4	4	2	13
4	4	4	5	17
4	4	4	4	16
2	1	1	2	6
2	2	1	2	7
4	4	5	4	17
4	4	5	5	18
4	4	5	5	18
5	4	4	4	17
4	5	4	4	17
2	4	4	2	12
4	4	5	4	17
4	4	4	5	17
4	5	4	4	17
2	1	2	2	7
4	4	5	4	17
5	5	4	4	18
4	5	4	5	18
3	3	2	4	12
5	5	5	4	19
4	4	5	5	18
2	3	3	3	11
4	5	5	4	18
1	2	3	2	8
5	4	5	4	18

b. Variable pengaruh gaya hidup hedonism (X2)

X2.1	X2.2	X2.3	Total_X2
------	------	------	----------

3	4	3	10
2	3	2	7
2	1	4	7
3	3	3	9
5	5	5	15
2	2	4	8
4	2	2	8
4	2	3	9
5	3	3	11
4	4	4	12
1	3	3	7
5	4	5	14
3	4	4	11
4	2	5	11
1	3	3	7
4	2	3	9
4	3	3	10
3	3	3	9
3	3	1	7
1	3	3	7
4	5	5	14
2	1	3	6
2	2	3	7
2	2	3	7
3	3	2	8
3	4	4	11
4	2	4	10
1	3	4	8
3	3	3	9
2	3	3	8
2	4	4	10
4	2	2	8
1	3	2	6
1	3	4	8
3	2	2	7
3	4	3	10
2	2	2	6
3	3	4	10
2	4	4	10
3	1	3	7
1	1	4	6
4	2	3	9
3	3	3	9
3	1	2	6

5	5	4	14
2	2	4	8
3	3	3	9
2	2	2	6
1	3	3	7
3	1	1	5
3	4	4	11
2	2	2	6
3	2	1	6
3	2	3	8
4	3	4	11
5	3	3	11
1	3	4	8
3	1	1	5
2	2	3	7
2	2	2	6
1	3	2	6
3	2	2	7
2	3	3	8
2	3	2	7
3	3	2	8
3	2	2	7
4	2	1	7
3	4	4	11
4	2	3	9
4	5	4	13
4	4	4	12
4	3	3	10
2	2	2	6
4	3	3	10
5	4	4	13
5	4	4	13
4	4	4	12
4	4	4	12
3	2	2	7
2	3	2	7
4	2	4	10
4	5	4	13
4	4	4	12
4	5	5	14
3	5	4	9
2	2	3	7
5	5	4	14
4	5	5	14

4	4	5	13
2	2	3	7
3	4	4	11
5	4	5	14
4	5	5	14
3	2	2	7
5	4	5	14
5	4	5	14
3	2	2	7
5	5	4	14
2	2	3	7
5	4	5	14

c. Variable perilaku konsumtif (Y)

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Total_Y
4	3	2	2	3	3	2	19
3	2	3	2	2	3	3	18
3	3	4	4	3	1	5	23
3	3	2	4	3	3	4	22
4	5	5	5	4	4	4	31
5	3	2	3	3	2	1	19
4	4	4	3	4	4	3	26
3	3	3	3	3	2	2	19
2	3	1	1	1	4	5	17
4	4	2	2	4	1	2	19
3	3	4	3	2	1	1	17
5	5	4	5	5	1	5	30
2	3	1	1	1	1	2	11
4	1	1	1	2	2	3	14
3	5	2	2	2	1	2	17
2	2	1	1	1	2	3	12
3	4	2	2	1	3	2	17
4	4	2	2	3	3	4	22
3	1	1	3	3	1	4	16
1	1	3	4	3	4	1	17
1	5	1	1	1	1	1	11
2	4	2	4	2	2	2	18
3	2	2	2	2	3	3	17
2	2	3	2	4	1	3	17
3	3	1	2	3	3	3	18
4	2	2	2	3	2	5	20
2	3	4	2	3	2	3	19

4	4	1	4	1	2	1	17
4	4	3	3	3	4	2	23
4	4	2	2	1	3	2	18
2	2	2	2	3	2	2	15
4	5	2	4	2	4	5	26
2	3	1	1	1	1	1	10
3	2	1	2	2	2	2	14
2	3	1	1	2	2	3	14
3	5	1	1	1	1	3	15
2	3	1	1	2	3	3	15
3	3	3	1	1	3	3	17
4	5	3	5	3	5	5	30
5	4	1	1	1	1	3	16
5	1	2	1	5	1	1	16
2	2	1	3	2	2	2	14
3	3	1	1	1	3	3	15
1	2	1	2	2	2	2	12
1	3	5	3	5	3	3	23
4	4	1	3	2	2	2	18
3	3	3	1	1	1	3	15
2	3	2	3	4	2	2	18
3	3	1	1	1	1	2	12
4	4	1	1	1	3	4	18
3	5	5	3	3	1	5	25
3	3	4	2	2	4	2	20
2	1	2	1	1	2	4	13
3	3	3	3	2	2	3	19
4	4	4	3	4	4	4	27
1	1	3	5	3	1	5	19
4	4	3	2	2	4	4	23
2	3	2	3	3	2	2	17
3	3	3	3	3	3	3	21
4	3	2	2	2	2	2	17
2	3	1	1	1	4	4	16
2	3	2	3	3	2	3	18
1	1	2	4	2	3	3	16
3	2	1	3	2	2	1	14
4	4	2	3	3	3	3	22
4	2	2	3	3	3	2	19
4	2	2	1	2	4	4	19
5	2	3	2	3	4	4	23
5	4	3	4	2	4	4	26
4	4	3	3	3	4	5	26
4	3	4	4	4	5	4	28

2	4	2	1	2	4	4	19
1	3	1	2	2	3	2	14
5	3	2	3	2	4	5	24
4	3	4	5	4	5	2	27
4	5	3	4	3	4	4	27
4	5	4	4	5	4	4	30
4	4	5	2	4	5	5	29
2	3	2	2	1	4	2	16
2	2	3	2	2	2	2	15
4	4	5	4	4	4	5	30
4	4	4	5	5	4	4	30
5	5	4	4	4	5	4	31
4	4	5	4	4	4	5	30
4	4	5	5	4	5	5	32
1	2	1	2	2	2	4	14
4	4	5	5	4	4	4	30
5	4	4	5	4	5	5	32
4	5	5	4	5	5	4	32
4	5	3	3	3	4	4	26
5	4	5	5	4	5	5	33
4	5	5	4	5	5	5	33
5	4	5	4	5	4	4	31
4	4	4	5	3	5	4	29
4	5	4	4	5	4	4	30
3	4	5	4	4	4	5	29
3	3	2	2	2	3	4	19
4	4	5	4	5	5	5	32
2	3	2	1	2	2	1	13
4	4	4	5	5	5	4	31

### Lampiran 3. Output SPSS Uji Statistik Deskriptif

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Fitur Shopee Paylater	100	15	5	20	11,92	4,074	16,600
Gaya Hidup Hedonisme	100	10	5	15	9,30	2,721	7,404
Perilaku Konsumtif	100	23	10	33	20,93	6,385	40,773
Valid N (listwise)	100						

### Lampiran 4. Hasil Output SPSS Uji Validitas

a. Variable shopee paylater (X1)

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,647**	,646**	,620**	,870**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,647**	1	,783**	,461**	,861**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	,646**	,783**	1	,449**	,863**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	,620**	,461**	,449**	1	,754**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
Total_X1	Pearson Correlation	,870**	,861**	,863**	,754**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Variable gaya hidup hedonism (X2)

		Correlations			
		X2.1	X2.2	X2.3	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,442**	,387**	,768**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	99	99	99	99
X2.2	Pearson Correlation	,442**	1	,630**	,830**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	99	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	,387**	,630**	1	,815**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	99	100	100	100
Total_X2	Pearson Correlation	,768**	,830**	,815**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	99	100	100	100

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

c. Variable perilaku konsumtif (Y)



		Correlations							
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Total_Y
Y1	Pearson Correlation	1	,442**	,380**	,354**	,398**	,407**	,348**	,640**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	,442**	1	,409**	,351**	,273**	,362**	,322**	,605**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,006	,000	,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	,380**	,409**	1	,659**	,737**	,541**	,499**	,844**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	,354**	,351**	,659**	1	,664**	,484**	,397**	,780**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	,398**	,273**	,737**	,664**	1	,423**	,382**	,772**
	Sig. (2-tailed)	,000	,006	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	,407**	,362**	,541**	,484**	,423**	1	,501**	,739**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y7	Pearson Correlation	,348**	,322**	,499**	,397**	,382**	,501**	1	,683**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_Y	Pearson Correlation	,640**	,605**	,844**	,780**	,772**	,739**	,683**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Lampiran 5. Hasil Output Uji Realibilitas

### a. Variable shopee paylater

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,857	4

### b. Gaya hidup hedonism (X2)

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	99	99,0
	Excluded <sup>a</sup>	1	1,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,735	3

c. Perilaku konsumtif (Y)

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	100	100,0

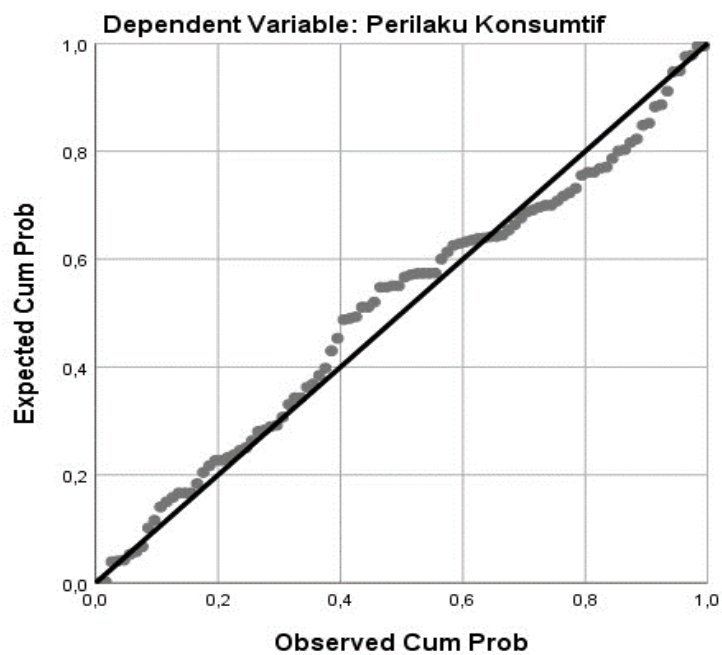
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,851	7

## Lampiran 6. Hasil Output SPSS Uji Normalitas

**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**

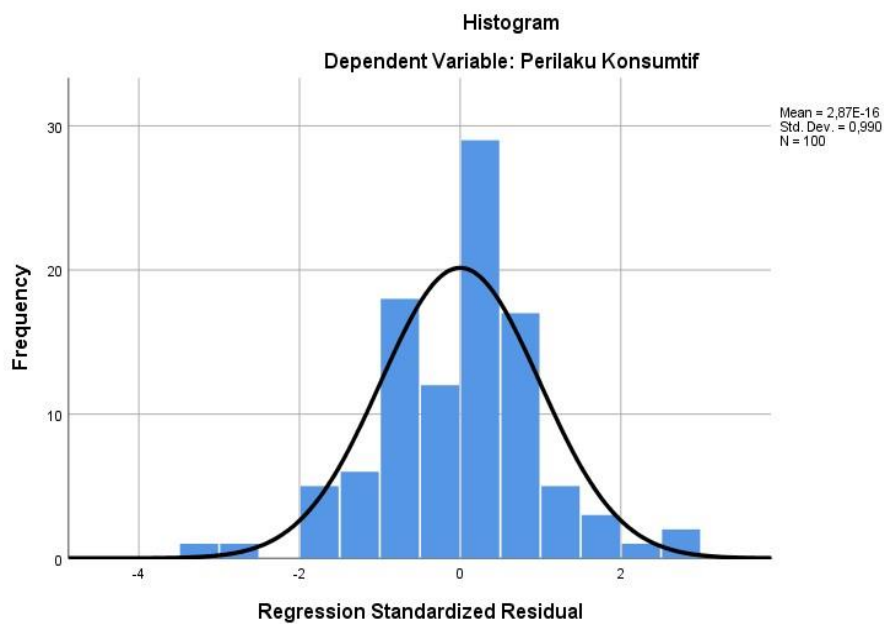


**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,19822913
Most Extreme Differences	Absolute	,088
	Positive	,067
	Negative	-,088
Test Statistic		,088
Asymp. Sig. (2-tailed)		,052 <sup>c</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

**Lampiran 7. Hasil output SPSS histogram normalitas**



**Lampiran 8. Hasil output uji SPSS multikolinieritas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,082	1,723		1,208	,230		
	Fitur Shopee Paylater	,606	,111	,387	5,479	,000	,893	1,119
	Gaya Hidup Hedonisme	1,249	,166	,532	7,538	,000	,893	1,119

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

**Lampiran 9. Hasil Uji Output SPSS Heterokidastitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,114	1,106		3,720	,000
	Fitur Shopee Paylater	-,064	,071	-,096	-,898	,372
	Gaya Hidup Hedonisme	-,018	,106	-,018	-,165	,869

a. Dependent Variable: Abs\_Res

### Lampiran 10. Hasil Output SPSS Analisis Linier Berganda

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,082	1,723		1,208	,230
	Fitur Shopee Paylater	,606	,111	,387	5,479	,000
	Gaya Hidup Hedonisme	1,249	,166	,532	7,538	,000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

### Lampiran 11. Hasil Output SPSS Uji F

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2291,622	2	1145,811	63,697	,000 <sup>b</sup>
	Residual	1744,888	97	17,989		
	Total	4036,510	99			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup Hedonisme, Fitur Shopee Paylater

### Lampiran 12. Hasil Output SPSS Hasil Uji T

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,082	1,723		1,208	,230
	Fitur Shopee Paylater	,606	,111	,387	5,479	,000
	Gaya Hidup Hedonisme	1,249	,166	,532	7,538	,000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Bahwa yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama lengkap : Devi Fitriani  
Tempat, Tanggal Lahir : Karanganyar, 14 Desember 2001  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Alamat : Kaliwuluh Lor Rt3/13 kec. Kebakkramat, kab.  
Karanganyar  
Email : [devifaaaa@gmail.com](mailto:devifaaaa@gmail.com)

### RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tk Aisyah Kaliwuluh Tahun 2006-2007
2. SDN Kreet 3 Masaran Tahun 2006-2013
3. SMP Muhammadiyah 2 Masaran Tahun 2013-2016
4. SMK Wikarya Karanganyar Tahun 2016-2019
5. UIN Walisongo Semarang Tahun 2019-2023

Demikian Riwayat hidup ini, saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana semestinya.

Semarang, Desember 2023

Devi Fitriani