

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU PENGGUNA  
SHOPEE PAYLATER: STUDI KASUS PADA GEN-Z FEBI UIN WALISONGO  
SEMARANG DENGAN SELF CONTROL SEBAGAI VARIABEL MODERATING**

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana

Strata S.1 dalam Ilmu Ekonomi Islam



Disusun Oleh :

Wahyu Budi Utomo (1905026077)

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI WALISONGO SEMARANG**

**2024**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING



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 50185

### PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (Empat) eksemplar  
Hal : Naskah Skripsi  
An. Sdr. Wahyu Budi Utomo

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

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb*

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

Nama : Wahyu Budi Utomo  
NIM : 1905026077  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Judul Skripsi : Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pengguna Shopee  
Paylater: Studi Kasus Pada Gen-Z FEBI UIN Walisongo  
Semarang Dengan Self Control Sebagai Variabel Moderating

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan.  
Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.*

Semarang, 27 Desember 2023

Pembimbing I

**Dr. Ari Kristin P., SE., M.Si.**  
NIP.197905122005012004

Pembimbing II

**Elysa Njajachah, S.E.I.,M.A.**  
NIP.199107192019031005



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

Jalan Prof. Dr. Hamka (Kampus III) Nglayan Telp/Fax (024) 7601291, 7624692, Semarang 50185

**LEMBAR PENGESAHAN**

Nama : Wahyu Budi Utomo  
NIM : 1905026077  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Judul Skripsi : **Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pengguna Shopee Paylater: Studi Kasus Pada Gen-Z FEBI UIN Walisongo Semarang Dengan Self Control Sebagai Variabel Moderating**

Telah di munaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang pada tanggal 29 April 2024 dan dinyatakan **LULUS** dengan predikat cumlaude/baik/cukup, serta dapat diterima untuk pelengkap ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana Strata I dalam ilmu Ekonomi Islam.

Semarang, 29 April 2024

Ketua Sidang

**Sokhikhatul Mawadah, M.E.I**  
NIP. 19850327 201801 2 001

Sekretaris Sidang

**Dr. Ari Kristin P., SE., M.Si.**  
NIP. 19790512 200501 2 004

Penguji Utama I

**Azizatur Rahma, M.A.**  
NIP. 199406152020122011

Penguji Utama II

**Arif Afendi, SE., M. Sc**  
NIP. 19850526 201503 1 002



Pembimbing I

**Dr. Ari Kristin P., SE., M.Si.**  
NIP. 19790512 200501 2 004

Pembimbing II

**Elysa Najachah, S.E.I., M.A.**  
NIP. 199107192019032017

## MOTTO

“Melangkah maju dengan percaya diri”

عليك أن تختار أحلامك وتجعلها واقعا، فالإرادة القوية هي المفتاح لتحقيق النجاح والسعادة

“Anda harus memilih impian Anda dan menjadikannya nyata, karena keinginan yang kuat adalah kunci untuk mencapai keberhasilan dan kebahagiaan”

## PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. atas rahmat dan hidayah- Nya. memberikan nikmat, rahmat, hidayah serta inayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam penulis haturkan kepada junjungan kita Nabi Agung Nabi Muhammad SAW yang semoga nantinya memberikan syafa'at kepada seluruh umat-Nya di yaumul akhir.

Penulis mempersembahkan skripsi ini untuk orang tua tercinta, Ibu Endang Sri Sunarti, Ibu Sumarti, Bapak Sunarno yang tak kenal lelah selalu memberikan dukungan materiil maupun imateriil kepada penulis untuk terus belajar dan menyelesaikan pendidikan sarjana. Serta penulis juga mempersembahkan kepada (alm) Bapak Parsono dan Ibu Sumarni yang telah memberikan dukungan kepada penulis untuk menjalani hidup.

Para guru dan dosen yang telah memberikan berbagai ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat berdiri di titik sekarang. Dan menjalani hari hari dengan berusaha mengamalkan ilmu ilmu yang telah diberikan.

Penulis mempersembahkan skripsi ini untuk seluruh keluarga, saudara, sahabat dan temanteman. Semoga senantiasa diberikan kemudahan untuk sukses kedepannya dan berharap masing-masing dari kita dapat menggapai apa yang dicita-citakan. Aamiin.

## DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi yang telah ditulis oleh orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 27 Desember 2023

Deklarator,



**Wahyu Budi Utomo**

**NIM. 1905026077**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB - LATIN

Transliterasi kata-kata Bahasa Arab yang digunakan dalam penulisan skripsi ini berpedoman pada “Pedoman Transliterasi Arab-Latin” yang telah dikeluarkan berdasarkan Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Tahun 1987. Penjelasan terkait pedoman penulisan transliterasi Arab-Latin sebagai berikut:

### 1. Huruf Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak Dilambangkan	Tidak Dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ḍ	Zet (dengan titik di bawah)
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	Ta	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Ḍ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	Ain	‘	Apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qof	Q	Qi



ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	‘	Ha
ء	Hamzah	Y	Apostrof
ي	Ya		Ye

## 2. Huruf Vokal

Huruf vokal Bahasa Arab sama seperti huruf vokal Bahasa Indonesia karena terdiri dari vokal tunggal, vokal monofrong dan vokal rangkap/diftong. Vokal tunggal atau Bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, translasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
َ	Fathah	A
ِ	Kasrah	I
ُ	Dhammah	U

Vokal rangka Bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dengan huruf, translasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَ	Fathah dan Ya	Ai	A dan I
أُ	Fathah dan Wau	Au	A dan U

## 3. Syaddah (Tasydid)

Dalam penulisan Bahasa Arab, syaddah dilambangkan menggunakan tanda (ّ). Sedangkan, dalam transliterasi pada huruf ada syaddahnya dibaca dengan pengulangan huruf (konsonan ganda).



#### 4. Ta' Marbutah

Terdapat dua macam translasi untuk ta' marbutah. Berikut penjelasan dari macam-macam ta' marbutah:

- a. Ta' yang apabila dimatikan atau mendapatkan harakat, sukun literasinya ditulis. Contoh: حكمة
- b. Ta' yang apabila dirangkai dengan kata lain dan dihidupkan atau diberikan kasroh atau dhammah, maka dalam translasinya dibaca t. Contoh: زكاة فطر

#### 5. Kata Sandang

Kata sandang dalam penulisan Bahasa Arab dilambangkan dengan alif lam ma'rifah (ال). Kata sandang ditransliterasikan biasanya baik Ketika diikuti oleh huruf syamsiah maupun huruf qomariyah. Kata sandang penulisannya dipisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis (-). Contohnya: ال قرعه

#### 6. Huruf Kapital

Sistem kepenulisan Bahasa Arab tidak menggunakan huruf kapital. Dalam translasinya, huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan berdasarkan penggunaan huruf kapital menggunakan pedoman dan ejaan Bahasa Indonesia (EYD). Huruf kapital umumnya digunakan untuk menuliskan nama orang, tempat, bulan ataupun sebagai huruf pertama pada awal kalimat. Apabila terdapat huruf (Al) sebelum awal kalimat, maka harus ditulis menggunakan huruf kapital. Apabila menjadi judul referensi harus juga ditulis menggunakan huruf kapital. Contoh: ال غزل

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku pengguna Shopee PayLater, khususnya pada generasi Z (Gen-Z) mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Walisongo Semarang dan mengkaji apakah tingkat *self control* berperan sebagai variabel moderating. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan data primer dan sekunder. Pengambilan data diperoleh melalui penyebaran kuesioner pada mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang. Teknik pengambilan sampel adalah *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling*. Pengujian hipotesa dilakukan dengan metode regresi linear berganda dengan menggunakan uji T dan F yang diolah menggunakan software SPSS versi 27. Berdasarkan hasil uji statistik dapat disimpulkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima, yaitu variabel literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku pengguna shopee paylater. Hasil uji T ditemukan bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku pengguna shopee paylater. Terdapat pengaruh negatif antara variabel *self control* dengan perilaku pengguna shopee paylater dengan nilai t hitung -3,235 dan nilai signifikan 0,002. Hasil ini menunjukkan bahwa literasi keuangan dapat mempengaruhi perilaku pengguna Shopee Paylater, dan pengaruh ini dapat dimoderasi oleh tingkat *self control*.

Kata kunci: Literasi Keuangan, Perilaku Pengguna Shopee Paylater, Self Control

## **ABSTRACT**

*This research was conducted to determine the influence of financial literacy on the behavior of Shopee PayLater users, especially among generation Z (Gen-Z) students at the Faculty of Islamic Economics and Business (FEBI) UIN Walisongo Semarang and to examine whether the level of self-control plays a role as a moderating variable. This research method uses quantitative methods using primary and secondary data. Data collection was obtained through distributing questionnaires to FEBI UIN Walisongo Semarang students. The sampling technique is non-probability sampling, namely purposive sampling. Hypothesis testing was carried out using the multiple linear regression method using T and F tests which were processed using SPSS version 27 software. Based on the results of the statistical tests it can be concluded that the hypothesis in this research is acceptable, namely that the financial literacy variable influences the behavior of Shopee Paylater users. The results of the t test found that the financial literacy variable had a positive effect on the behavior of Shopee PayLater users. There is a negative influence between the self control variable and the behavior of Shopee Paylater users with a calculated t value of -3.235 and a significant value of 0.002. These results indicate that financial literacy can influence Shopee Paylater user behavior, and this influence can be moderated by the level of self-control.*

*Keywords: Financial Literacy, ShopeePaylater User Behavior, Self Control*

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT berkat rahmat dan karunianya yang telah memberikan kekuatan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pengguna Shopee Paylater: Studi Kasus Pada Gen-Z FEBI UIN Walisongo Semarang dengan Self Control Sebagai Variabel Moderating”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Dalam pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini, penulis tidak lepas dari berbagai hambatan dan kesulitan yang dihadapi. Namun dengan kesabaran dan kesehatan serta berkat doa, bantuan, dorongan, serta masukan dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh sebab itu, dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Nizar Ali, M. Ag, selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, Wakil Dekan I, II, dan III serta para Dosen di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak Nurudin, SE., MM, selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
4. Bapak Ferry Khusnul Mubarak, MA, selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
5. Bapak H. Khoirul Anwar, M.Ag., selaku Wali Dosen yang telah mengarahkan penulis dalam masa studinya.
6. Ibu Dr. Ari Kristin P., SE., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.

7. Ibu Elysa Najachah, S.E.I.,M.A.. selaku Dosen Pembimbing II yang senantiasa mengarahkan memberikan pikiran dan semangat serta memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi.
8. Seluruh Dosen dan Karyawan UIN Walisongo Semarang terkhusus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmunya dan pelayanan selama penulis menempuh studi di UIN Walisongo Semarang.
9. Kepada Orang Tua Penulis Ibu Endang Sri Sunarti, yang senantiasa memberi dukungan, kasih sayang, bantuan dan motivasi, serta doa yang senantiasa mengiringi penulis.
10. Serta Kepada Nenek dan Kakek penulis Bapak Parsono (Alm) dan Ibu Sumarni (Alm) yang telah memberikan dukungan kepada penulis untuk menjalani hidup.
11. Keluarga Besar penulis, terkhusus Ibu Sumarti dan Bapak Sunarno dan sepupu Fitria Siti Juliana yang telah memberikan motivasi dan arahan untuk menjadi lebih baik.
12. Mahasiswi kampus konservasi NIM 8111421206 yang selalu menemani penulis dan selalu memberi motivasi.
13. Kepada Pegawai Pegadaian Syariah unit Soekarno Hatta yang telah mengarahkan penulis selama masa magang untuk belajar banyak hal baru.
14. Keluarga besar Ekonomi Islam 2019, khususnya EI B 2019 yang telah menemani berjuang bersama dan memberi inspirasi serta motivasi kepada penulis.
15. Keluarga besar Forshei yang telah senantiasa berbagi ilmu dan menikmati proses berorganisasi dan berkarya selama menempuh studi di UIN Walisongo Semarang.
16. Keluarga besar HMJ Ekonomi Islam Walisongo Semarang periode 2021/2022 yang telah menemani penulis untuk berorganisasi dan menjadi lebih baik dalam berorganisasi.
17. Keluarga besar PMII Rayon Ekonomi yang telah memberikan pengalaman yang berarti bagi penulis.

18. Keluarga besar DEMA FEBI tahun 2021/2022 yang telah memberikan kenangan dan membantu penulis menjadi lebih baik.
19. Keluarga besar KKN Reguler Angkatan 79 , khususnya Kelompok 36 yang telah berbagi pengalaman dalam hidup bersama selama 45 hari untuk menjalankan misi pengabdian kepada masyarakat dengan baik.
20. Kepada teman-teman tim Victor Contractor yang selalu berbagi keluh kesah kepada penulis dalam kebersamaan kehidupan sehari-hari.
21. Kepada seluruh sahabat penulis yang selalu direpotkan, semoga kalian semua diberi kelancaran dalam segala urusannya dan dipermudah dalam menggapai cita – cita.
22. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	i
PENGESAHAN.....	ii
MOTTO .....	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
DEKLARASI.....	v
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB - LATIN .....	vi
ABSTRAK.....	ix
KATA PENGANTAR .....	xi
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR TABEL.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.5 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	15
2.1 Kerangka Teori.....	15
2.1.1 Literasi Keuangan .....	15
2.1.2 PayLater .....	20
2.1.3 Self Control.....	26
2.2 Penelitian Terdahulu dan Pengembangan Hipotesis .....	30
2.2.1 Hubungan Financial Education dan Perilaku Pengguna Shopee Paylater .....	30
2.2.2 Hubungan Literasi Keuangan dan Perilaku Pengguna dengan <i>Self Control</i> Sebagai Variable Moderating .....	31
2.3 Penelitian Terdahulu .....	32
2.4 Kerangka Teoritis .....	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	38
3.1 Jenis dan Sumber Data .....	38
3.1.1 Jenis Penelitian .....	38
3.1.2 Sumber Data .....	38



3.2 Populasi dan Sampel .....	39
3.2.1 Populasi .....	39
3.2.2 Sampel .....	40
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	41
3.3.1 Studi lapangan ( <i>Field Research</i> ) .....	41
3.4 Variabel Penelitian dan Pengukuran .....	43
3.4.1 Variabel Penelitian .....	43
3.4.2 Variabel Pengukuran .....	44
3.5 Teknik Analisis Data .....	45
3.5.1 Statistik Deskriptif.....	46
3.5.2 Uji Instrumen.....	46
3.5.3 Uji Asumsi Klasik .....	47
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Deskriptif Objek Penelitian.....	49
4.1.1 Shopee.....	49
4.1.2 FEBI UIN Walisongo Semarang .....	51
4.2 Deskripsi Umum Subjek Penelitian .....	54
4.3 Karakteristik Responden Penelitian .....	54
4.3.1 Deskripsi responden berdasarkan angkatan .....	54
4.3.2 Deskripsi responden berdasarkan program studi .....	54
4.3.3 Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin .....	55
4.4 Analisis Deskriptif.....	55
4.5 Analisis Data dan Interpretasi Data.....	57
4.5.1 Uji Validitas .....	57
4.5.2 Uji Realibilitas .....	58
4.6 Uji Asumsi Klasik .....	59
4.6.1 Uji Normalitas.....	59
4.6.2 Uji Heteroskedastisitas.....	61
4.7 Uji Interaksi.....	62
4.7.1 Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ ) .....	62
4.7.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	62
4.7.3 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik T).....	63
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian .....	63
BAB V PENUTUP .....	66
5.1 Kesimpulan.....	66

5.2	Saran.....	67
	DAFTAR PUSTAKA.....	68
	LAMPIRAN.....	73
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	97

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Survei KIC .....	5
Gambar 1.2 Daftar Kredit Macet .....	8
Gambar 2.1 Pengguna Shopee Paylater .....	23
Gambar 2.2 Kerangka Teoritis .....	37
Gambar 4.1 Logo Shopee .....	49
Gambar 4.2 Sebarang Shopee .....	50
Gambar 4.3 Halaman Shopee Paylater .....	51
Gambar 4.4 Deskripsi responden berdasarkan Angkatan .....	54
Gambar 4.5 Deskripsi responden berdasarkan program studi .....	54
Gambar 4.6 Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin .....	55
Gambar 4.7 Uji Normalitas .....	60
Gambar 4.8 Uji Heteroskedastisitas .....	61

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pengguna Internet .....	1
Tabel 1.2 Survei RISED .....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	32
Tabel 3.1 Populasi .....	40
Tabel 3.2 skala likert .....	43
Tabel 3.3 Variabel Pengukuran .....	44
Tabel 4.1 Analisis Deskriptif .....	55
Tabel 4.2 Uji Validitas Variabel Literasi Keuangan .....	57
Tabel 4.3 Uji Validitas Variabel Perilaku Pengguna Shopee Paylater .....	57
Tabel 4.4 Uji Validitas Variabel Self Control .....	58
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas Variabel Literasi Keuangan .....	59
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas Variabel Perilaku Pengguna Shopee Paylater .....	59
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas Variabel Self Control .....	59
Tabel 4.8 Uji Normalitas .....	60
Tabel 4.9 Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ ) .....	62
Tabel 4.10 Uji Signifikansi Simultan (Uji F) .....	62
Tabel 4.11 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik T) .....	63

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

Pemanfaatan internet dan teknologi menjadi semakin penting bagi masyarakat di era globalisasi dan kemajuan teknologi yang pesat sekarang ini. Jumlah pengguna internet dan teknologi di Indonesia meningkat drastis dalam beberapa tahun terakhir.

Perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia yang semakin modern dan bergantung pada teknologi digital dalam berbagai aktivitas sehari-hari tidak lepas dari pertumbuhan tersebut. Penyebaran berita palsu (*hoax*) secara luas, penyebaran informasi yang menyinggung, dan peningkatan kejahatan online adalah beberapa masalah dan hambatan yang harus diatasi untuk mengatasi peningkatan ini.

**Tabel 1.1**

<i>Tahun</i>	<i>2015</i>	<i>2016</i>	<i>2017</i>	<i>2018</i>	<i>2019- 2020</i>	<i>2021- 2022</i>	<i>2022- 2023</i>
<b><i>Pengguna (Juta)</i></b>	110,2	132,7	143,26	171,17	196,71	210,03	215,63

*Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), Survei Penetrasi Internet Indonesia 2023*

Pengguna internet Indonesia mencapai 215,63 juta pada tahun 2022-2023, menurut hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). Angka ini naik 2,67% dibandingkan periode sebelumnya yang berjumlah 210,03 juta pengguna. Pengguna internet mencapai 78,19% dari total penduduk Indonesia yang berjumlah 275,77 juta jiwa.

Dibandingkan survei sebelumnya, pertumbuhan internet di Indonesia meningkat sebesar 1,17% pada tahun ini dibandingkan 77,02% pada periode 2021-2022. Sebagai informasi, penetrasi internet di Indonesia semakin meningkat dari tahun ke tahun. Penggunaan internet domestik mencapai 64,8% pada tahun 2018 dan diperkirakan akan meningkat menjadi 73,7% pada tahun 2019-2020.

Di bidang pendidikan, teknologi telah memungkinkan berkembangnya sistem pembelajaran yang lebih efektif. Siswa dapat belajar secara mandiri dan interaktif, tanpa terbatas waktu dan tempat, melalui perangkat lunak dan aplikasi pendidikan. Selain itu, teknologi memungkinkan program pembelajaran dapat dilaksanakan dengan lebih cepat, sehingga memberikan siswa lebih banyak kesempatan untuk belajar.

Dalam bidang sosial, teknologi telah memfasilitasi komunikasi dan interaksi dengan orang-orang di seluruh dunia. Dengan menggunakan media sosial dan aplikasi yang tersedia saat ini, masyarakat dapat dengan mudah mengumpulkan informasi dan berbagi pengetahuan. Namun, di sisi lain, teknologi dapat menimbulkan beberapa masalah seperti misinformasi dan penipuan, serta meningkatkan kesenjangan sosial antara mereka yang memiliki akses terhadap teknologi dan mereka yang tidak memiliki akses terhadap teknologi.

Sementara itu, teknologi memberikan dampak yang sangat besar terhadap proses demokrasi dan partisipasi masyarakat di bidang politik. Masyarakat dapat berpartisipasi aktif dalam percakapan dan menyampaikan komentar mengenai berbagai masalah politik menggunakan jejaring sosial dan platform internet. Namun, teknologi juga dapat digunakan untuk tujuan buruk, seperti menyebarkan informasi yang menyesatkan atau hoax, serta propaganda politik yang melemahkan demokrasi.

Perkembangan teknologi saat ini tidak hanya terjadi pada bidang pendidikan, sosial, dan politik saja, namun sudah mulai merambah pada sektor perekonomian, terbukti dengan berkembangnya perusahaan-perusahaan *financial technology* yang kini menjadi alternatif alat transaksi yang dapat digunakan masyarakat.

Meskipun layanan keuangan sudah lama terpapar teknologi seperti ATM, kartu debit, SMS banking, *online banking*, dan lain sebagainya. Namun layanan keuangan tetap berkembang pesat seperti saat ini. Ciri-ciri layanan keuangan berbasis teknologi digital mulai bermunculan di era sekarang ini, dan diharapkan mampu memenuhi kebutuhan masyarakat saat ini.

Belakangan ini banyak orang yang tertarik dengan teknologi finansial karena merupakan hal baru di bidang ekonomi yang menawarkan banyak prospek. *Fintech* merupakan kombinasi layanan keuangan dan teknologi yang mengubah model bisnis tradisional menjadi lebih modern. Ketika dulu jika akan membeli barang melakukan pembayaran secara langsung dan membawa uang tunai dalam jumlah tertentu, namun saat ini bisa melakukan transaksi jarak jauh dengan melakukan pembayaran dalam hitungan menit atau detik dengan adanya teknologi.<sup>1</sup> Mengingat semakin banyaknya aplikasi *financial technology* yang tersedia, kemajuan saat ini mungkin menjadi salah satu alasan mengapa banyak orang memulai bisnis ini. Industri keuangan memegang

---

<sup>1</sup> Iin Emy Prastiwi and Tira Nur Fitria, "Konsep Paylater Online Shopping Dalam Pandangan Ekonomi Islam," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 1 (March 17, 2021): 425.

peranan penting dan mempunyai dampak yang cukup besar terhadap kemajuan perekonomian suatu negara. Melalui inovasi teknis, industri keuangan mendorong pertumbuhan di sektor riil.

*Financial technology (fintech)* merupakan salah satu jenis penerapan teknologi informasi di bidang keuangan<sup>2</sup>. Namun masih banyak masyarakat di Indonesia yang saat ini belum terdidik secara teknologi, terutama di pedesaan dan daerah terpencil. Akibatnya masih banyak masyarakat yang belum memahami apa itu *financial technology*. Sehingga menjadi sebuah tantangan untuk memastikan masyarakat tidak ketinggalan dan dapat beradaptasi agar tetap mengikuti arus perubahan teknologi, terutama di masa sekarang ini dimana perkembangan teknologi semakin pesat karena kemudahan memperoleh informasi yang ingin mereka cari.

*Fintech* dalam bidang *payment* (43%), pinjaman (17%), dan sisanya dalam bentuk *crowdfunding*, agregator, dan lainnya masih mendominasi bisnis *fintech* di Indonesia. Hingga saat ini, OJK telah resmi mendaftarkan 158 perusahaan *fintech*, dan Bank Indonesia telah mendaftarkan 54 sistem pembayaran *fintech*.

*Financial technology* yang berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir memberikan banyak pilihan bagi nasabah untuk mendapatkan layanan keuangan dengan lebih mudah dan efisien. *Fintech* saat ini mendapatkan daya tarik dengan adanya fitur *paylater* atau bayar nanti. *Paylater* merupakan layanan kredit yang tidak memerlukan kartu kredit dan dapat digunakan untuk membeli barang di suatu platform dengan metode cicilan. Layanan ini dapat membuat transaksi menjadi lebih mudah dan nyaman bagi konsumen, khususnya Generasi Z (Gen-Z) saat ini. *Paylater* diciptakan oleh sebuah startup *fintech* yang kemudian bermitra dengan *ecommerce* untuk menawarkan layanan *paylater*.<sup>3</sup>

Fitur pembayaran *paylater* dapat digunakan untuk membayar di waktu yang berbeda-beda di kemudian hari dan dapat digunakan untuk berbagai transaksi mulai dari kebutuhan sehari-hari seperti belanja online, membeli makanan, hingga pembayaran kebutuhan traveling seperti pembelian tiket pesawat, *booking* hotel,

---

<sup>2</sup> Rahmat Ilahi, Amries Rusli Tanjung, and Yesi Mutia Basri Magister Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Riau, "Analisis Strategi PT Bank BRI Tbk Dalam Menghadapi Financial Technology," *Jurnal Akuntansi* 9, no. 1 (2020): 90–102.

<sup>3</sup> Rahmatika Sari, "Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce Di Indonesia Rahmatika Sari," *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi* 7, no. 1 (2021): 44.



pembelian paket data internet dan lain sebagainya sehingga hal itu menjadikan *paylater* semakin populer.<sup>4</sup>

**Tabel 1.2**

No	Nama	Nilai / Persen
1	Shopee	52,06
2	Gojek	31,28
3	Tokopedia	10,35
4	Lainnya	3,23
5	Traveloka	3,08

\*) Basis 2.000 responden

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan *Research Institute of Socio-Economic Development (RISED)*, *paylater* di Shopee (*Shopee Paylater*) menjadi yang paling populer. Angkanya mencapai 52,06%. Fitur *paylater* pada aplikasi Gojek digunakan oleh 31,28% responden. Di Tokopedia, 10,35% responden menggunakan *paylater*. Kemudian di Traveloka, 3,23% responden menggunakan *paylater*. Sementara itu, 3,23% responden menggunakan fitur ini di aplikasi lain.<sup>5</sup>

Generasi Z (lahir 1997–2012) merupakan generasi era digital yang biasanya diartikan sebagai konsumen yang lebih cenderung menggunakan teknologi untuk memenuhi kebutuhannya. Salah satu produk teknologi yang populer di kalangan generasi Z adalah layanan dari salah satu situs *ecommerce* Indonesia yaitu Shopee dengan *Shopee Paylater*-nya, yaitu layanan kredit tanpa kartu kredit dari Shopee yang memungkinkan pengguna membeli barang dengan membayar kemudian dalam waktu 30 hari atau jangka waktu tertentu. *Shopee PayLater* menjadi semakin populer di kalangan generasi Z yang menginginkan pembayaran online yang mudah dan cepat. Selain itu, seringkali Shopee memberikan promosi jika pembayaran dilakukan menggunakan *Shopee Paylater* sehingga menjadikan generasi Z semakin *impulsif* dalam berbelanja.

Generasi Z merupakan generasi melek teknologi yang kerap menjadi target pasar layanan digital, khususnya layanan keuangan. Generasi Z yang sebagian besar terdiri dari pelajar dan mahasiswa, yang dapat dikatakan bahwa generasi ini belum

---

<sup>4</sup> Prastiwi, I. E., & Fitria, T. N. *Konsep Paylater Online Shopping dalam Pandangan Ekonomi Islam*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, (2021)

<sup>5</sup> Dimas Jarot Bayu, “Konsumen Paling Banyak Pakai Paylater di Shopee“, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/15/konsumen-paling-banyak-pakai-paylater-di-shopee>, diakses pada 13 Februari 2023

termasuk dalam usia kerja dan belum memiliki gaji yang tetap. Proses untuk mendapatkan layanan *paylater* bisa dikatakan mudah.<sup>6</sup> Namun kepraktisan ini seringkali dibarengi dengan kurangnya pemahaman tentang pengelolaan keuangan pribadi dan permasalahan yang mungkin timbul akibat penggunaan *paylater*.

Menurut Bush, penyedia layanan *paylater* menargetkan remaja sebagai target. Di sisi lain, remaja ini berdampingan dengan budaya konsumerisme tinggi, sehingga yang memengaruhi perilaku konsumtif.<sup>7</sup>

Mahasiswa adalah golongan remaja dengan tingkat pendidikan tertinggi, dan kematangan dalam berpikir mereka mulai meningkat. Apa yang dihadapi seseorang dapat dinilai menggunakan pola berpikir kritis. Menurut Pusat Statistik Republika, rata-rata siswa menghabiskan waktu untuk *smartphone* dan televisi sebanyak 27 kali setiap jamnya. Data ini menunjukkan lonjakan konsumsi konten, seperti halnya hiburan yang mereka konsumsi adalah 18 jam per hari untuk menikmati teknologi game atau pertunjukan *on demand* yang memiliki peluang berbelanja untuk upgrade fitur.<sup>8</sup>

**Gambar 1.1**

	TOTAL	Generasi Y/Milenial	Generasi Z
<b>Jumlah Responden</b>	<b>997</b>	<b>653</b>	<b>205</b>
Fashion & aksesoris (baju, celana, sepatu, dll)	48.5%	46.4%	61.0%
Pulsa	45.5%	42.6%	56.6%
Gadget	44.8%	49.0%	24.4%
Elektronik rumah tangga	40.6%	44.0%	22.0%
Makanan	27.1%	27.7%	23.9%
Lainnya	9.0%	9.6%	4.9%

*Sumber: Katadata Insight Center*

Berdasarkan survei yang dilakukan Katadata Insight Center (KIC) dan Zigi, Generasi Z lebih cenderung menggunakan fasilitas kredit atau *paylater* untuk membeli produk *fashion* dan aksesoris. Hal tersebut tentu menjadikan Generasi Z sangat terpapar oleh tren dan gaya hidup yang didorong oleh media sosial, sehingga penggunaan

<sup>6</sup> Rina Sari Qurniawati, Waluyo, Yulfan Arif Nurohman, "BUY NOW, PAY LATER: APAKAH PAYLATER MEMPENGARUHI PEMBELIAN IMPULSIF GENERASI MUDA MUSLIM?" 15, no. 3 (2022): 319–338.

<sup>7</sup> Lins, S., Bottequin, E., Dóca, Á., Golasa, A., Hylander, F., Merchán, A., Odabašić, A., & Pavlović, S. (2013). To Think, to Feel, to Have: The Effects of Need for Cognition, Hedonism and Materialism on Impulse Buying Tendencies in Adolescents. *Journal of European Psychology Students*, 4(2) 25., <https://doi.org/10.5334/jeps.bh>

<sup>8</sup> Revan Eria Bintang Hardika and Anam Miftakhul Huda, "Pengalaman Pengguna Paylater Mahasiswa Di Surabaya," *Commercium* 4 (2021): 19–32.

Shopee *Paylater* dapat menjadi bagian dari tren dan gaya hidup mereka yang mendorong konsumsi dan pengeluaran yang lebih tinggi.

Hal ini menunjukkan bahwa ada dorongan untuk menggunakan *Paylater*. Menurut teori *Theory Of Planned Behavior* (TPB) atau Perilaku yang Direncanakan menjelaskan bagaimana intensi berperilaku muncul. TPB mengatakan bahwa tiga determinan utama menentukan intensi berperilaku yaitu sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Saat ini, teori ini banyak digunakan dalam berbagai bidang keilmuan yang membahas perilaku dan masalah lingkungan.<sup>9</sup>

Mengenali kebiasaan belanja pada remaja (Generasi Z) adalah proses yang kompleks dikarenakan cenderung bersifat *sophisticated* yang berarti memiliki pemahaman yang luas tentang teknologi yang sedang berkembang saat ini. Terbuka dengan keberadaan teknologi, remaja cenderung dapat lakukan apa pun yang diinginkan berdasarkan kebutuhan dan kebiasaan.

Sehingga terdapat suatu bahaya yang menjadi kekhawatiran bagi siapa saja yang membeli dan berbisnis online.<sup>10</sup> Sehingga, sangat penting untuk memperoleh pengetahuan tentang keuangan, tidak hanya dalam bentuk pengetahuan dasar tetapi juga dalam bentuk pengetahuan lanjutan. Literasi keuangan tersebut mengacu pada pengetahuan keuangan yang perlu dimiliki setiap orang untuk menghindari kesulitan keuangan.<sup>11</sup>

Informasi produk di media sosial telah menjadi konsentrasi individu ketika menjelajah media sosial mereka, dan informasi suatu merek hingga penawaran harga telah menjadi tradisi bagi individu sebelum melakukan pembelian bertahap.<sup>12</sup> Berdasarkan penelitian oleh Irwan Dwi Irianto disimpulkan bahwa aktivitas yang dilakukan oleh mahasiswa untuk mengisi waktu luang dan yang merupakan gaya hidup mereka yang berorientasi pada *have fun* adalah berbelanja secara *online*.<sup>13</sup>

---

<sup>9</sup> Lia Sandra Alimbudiono, Konsep Pengetahuan Akuntansi Manajemen Lingkungan, (Surabaya : CV. Jakad Media Publishing, 2020)

<sup>10</sup> Sampouw, C. P., & Wulandari, A. (2020). Proses Pengambilan Keputusan dalam Situs Belanja Online "Shopee" sebagai Pemenuhan Kebutuhan Konsumen. *JCommsci (Journal Of Media and Communication Science)*, 03, 58-69.

<sup>11</sup> Khofifa, A., Wahyuni, I., & Subaida, I. (2022). Pengaruh Financial Technology Terhadap Perilaku Keuangan Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Abdurachman Saleh Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 1, 540-554.

<sup>12</sup> *Ibid.*

<sup>13</sup> Irianto, I. D. (2006). *Gaya Hidup Mahasiswa UPN "Veteran" Jawa Timur*. Surabaya: Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.

Bagi seorang mahasiswa, pengaruh kelompok adalah faktor terpenting dalam menentukan gaya hidupnya. Penampilan dan gaya hidup saat di kampus dan lingkungannya, serta pengeluaran untuk kebutuhan makanan sehari-hari, tetap menjadi tanggung jawab mahasiswa. Masalahnya adalah bahwa perbandingan setiap universitas terhadap *lifestyle* (gaya hidup) yang berbeda-beda, dan motivasi mahasiswa untuk memanfaatkan *paylater* untuk memenuhi tuntutan mereka sangat bervariasi. Inilah yang memotivasi mahasiswa di perguruan tinggi untuk menggunakan *paylater* karena membuat penggunaan *paylater* untuk memenuhi kebutuhan mahasiswa lebih mudah.

Kemudahan dalam sistem pembayaran melalui *Paylater* di khawatirkan dapat menjebak mahasiswa untuk menggunakannya dan fitur ini tidak menutup kemungkinan akan menjadi bumerang bagi penggunaannya. Kemudahan fitur pembayaran pada *Shopee Paylater* di *Shopee* berpotensi untuk mendorong perilaku konsumtif pada mahasiswa. Perilaku konsumtif diartikan sebagai konsumen yang membeli atau menggunakan produk atau jasa secara berlebihan untuk memuaskan keinginannya, tanpa memperhatikan manfaat atau kebutuhan barang atau jasa tersebut.<sup>14</sup>

Selain itu, generasi Z akan menjadi terlalu bergantung pada kredit. Ketergantungan pada kredit terjadi ketika seseorang terlalu bergantung pada penggunaan kredit sebagai sumber pembiayaan utama. Hal ini dapat terjadi ketika seseorang terus-menerus memanfaatkan kredit untuk membeli produk dan layanan sehari-hari tanpa memperhitungkan kemampuannya dalam membayar tagihan kredit.

Ketergantungan pada kredit dapat muncul ketika konsumen terus menggunakan *Shopee Paylater* untuk membeli barang secara online, meskipun mereka tidak memiliki cukup uang tunai untuk membayar lunas pada saat jatuh tempo. Hal ini dapat menyebabkan pengguna terjebak dalam siklus utang dan sulit untuk keluar dari utang tersebut.

Ketergantungan pada kredit dapat menjadi masalah serius karena dapat menyebabkan penggunaannya menghadapi masalah keuangan berkepanjangan meskipun mereka memiliki penghasilan yang cukup. Hal ini disebabkan karena pengguna akan terus membayar bunga dan denda keterlambatan tagihan kreditnya sehingga menambah jumlah utang mereka.

---

<sup>14</sup> Eko Purwanto, Analisis Literasi Keuangan, Faktor Demografi, Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa, (Banyumas: Sasanti Institute, 2019).

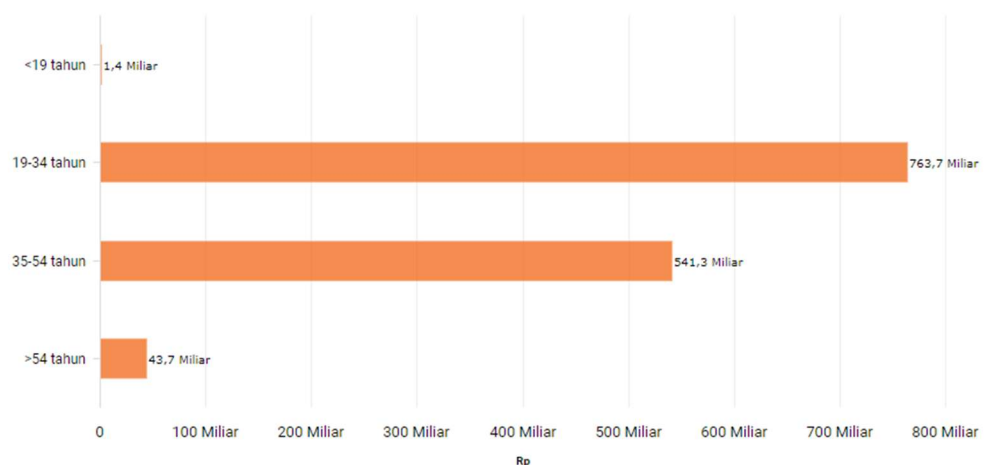
Penyalahgunaan Shopee *Paylater* dapat mengakibatkan masalah keuangan yang serius, terutama jika konsumen terus membeli produk yang sebenarnya tidak mereka perlukan menggunakan layanan ini. Pengguna akan terjebak dalam utang yang terus meningkat dan pada akhirnya akan kesulitan membayar tagihan kredit.

Untuk meminimalkan penyalahgunaan Shopee *Paylater*, konsumen harus selalu berpegang pada anggaran keuangan mereka dan hanya menggunakan layanan ini untuk membeli produk yang benar-benar mereka butuhkan. Pengguna juga harus menyadari batasan kredit mereka dan merencanakan pembayaran tepat waktu untuk mencegah biaya keterlambatan dan bunga yang tinggi.

Keterlambatan pembayaran adalah risiko lain dalam menggunakan *Paylater*. Terlambat membayar pada Shopee *Paylater* terjadi ketika pengguna tidak membayar tagihan kredit mereka tepat waktu. Hal ini mungkin terjadi ketika konsumen lupa membayar, mengalami kesulitan keuangan, atau memiliki alasan lain yang menghalangi mereka untuk membayar tepat waktu. Keterlambatan pembayaran di Shopee *Paylater* dapat mengakibatkan pengguna mendapat biaya keterlambatan yang cukup besar dan berdampak pada skor kredit pengguna. Shopee akan memberikan biaya keterlambatan sebesar 5% dari seluruh total tagihan. Selain itu, pengguna juga akan dikenakan suku bunga kredit tambahan pada tagihan yang menunggak.

Secara keseluruhan, keterlambatan pembayaran di *Shopee Paylater* dapat menjadi masalah serius bagi pengguna dan berdampak pada kesejahteraan finansial mereka dalam jangka panjang. Oleh karena itu, pengguna harus selalu membayar tagihan tepat waktu dan menangani keuangan mereka dengan hati-hati.

**Gambar 1.2**



Berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), nilai kredit macet secara nasional sebesar Rp 1,73 triliun pada Juni 2023. OJK memantau kredit macet dengan tingkat wanprestasi (TWP) lebih dari 90 hari. Hal ini menunjukkan bahwa suatu kredit dianggap macet jika peminjam tidak melunasi pinjamannya dalam waktu 90 hari sejak tanggal jatuh tempo. Kelompok usia ini, yang mencakup generasi Z dan milenial, memiliki nilai gagal bayar utang kumulatif sebesar Rp 763,65 miliar atau sekitar 44,14% dari total kredit macet nasional. Generasi milenial dan generasi Z konsisten jadi penyumbang nilai kredit macet pinjaman online terbesar sepanjang paruh pertama 2023.

Risiko berikutnya adalah penyalahgunaan pembayaran menggunakan Shopee *Paylater*. Penyalahgunaan terjadi ketika seseorang menggunakan layanan Shopee PayLater untuk membeli barang atau layanan yang tidak diperlukan atau di luar anggaran keuangan. Hal ini dapat terjadi ketika konsumen tertarik dengan penawaran atau promosi murah atau ketika mereka merasa terdorong untuk membeli barang yang tidak mereka perlukan.

Kurangnya literasi keuangan di kalangan Generasi Z, serta bahaya yang terkait dengan pengelolaan Shopee *Paylater*, dapat berdampak pada perilaku pengguna. Keinginan untuk memenuhi kebutuhan mendesak seperti membeli barang dengan Shopee *Paylater* tanpa mempertimbangkan dampak jangka panjang terhadap keuangan pribadi dapat menimbulkan risiko keuangan yang berpotensi menimbulkan masalah keuangan di kemudian hari, sehingga penggunaan Shopee *Paylater* dapat mengakibatkan risiko finansial, kesulitan keuangan dan terjatuh dalam hutang.

Menurut hasil dari sejumlah penelitian menunjukkan bahwa platform teknologi finansial Ovo dan Gopay sangat berdampak meningkatkan tingkat literasi keuangan seseorang.<sup>15</sup> Hasil dari wawancara menunjukkan bahwa karyawan di John Like Cafe dan Roti Paradox di Kota Mojokerto memiliki tingkat literasi yang tinggi. Hal tersebut disebabkan oleh kemampuan mereka untuk menggunakan layanan pembayaran *fintech* untuk manajemen transaksi dan pengambilan keputusan bisnis, serta pengetahuan, keyakinan, fitur, keuntungan, risiko, hak, dan tanggung jawab yang terkait dengannya.<sup>16</sup> Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *perceived advantage*

---

<sup>15</sup> Marpaung, O. (2021). Pengaruh Pengetahuan Penggunaan Fintech (OVO dan GOPAY) Terhadap Literasi Keuangan. *Jurnal Akuntansi & Perpajakan*, 2, 77-85.

<sup>16</sup> Anisah, N., & Crisnata, H. (2021). Analisis Tingkat Literasi Keuangan Pengguna Fintech Payment OVO. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Dewantara*, 4, 47-60.

(variabel keuntungan persepsi) berpengaruh signifikan dan positif terhadap keinginan untuk menggunakan layanan *paylater*, namun variabel *perceived convenience* (variabel kemudahan persepsi) tidak berpengaruh signifikan terhadap keinginan untuk menggunakan layanan *paylater*.<sup>17</sup>

Hukum konsumsi dalam Islam terdapat dalam Al-Quran untuk mengatur perilaku konsumsi seseorang. Dalam Al-Quran surah Al-A'raf ayat 31 menganjurkan kita untuk tidak mubazir, tidak pamer, tidak mengkonsumsi barang yang tidak perlu, dan tidak mengkonsumsi secara berlebihan. Akibatnya, pola konsumsi Islam lebih mengedepankan kebutuhan (*needs*) dibandingkan keinginan (*wants*).

Hal tersebut tentu saja dibutuhkan pengendalian diri atau *selfcontrol* yang merupakan faktor penting dalam penggunaan *Paylater* pada Generasi Z, karena penggunaan *paylater* dapat memicu perilaku konsumtif yang berlebihan jika tidak diimbangi dengan pengendalian diri yang baik, apalagi adanya fitur *paylater* yang ditawarkan. Didasarkan pada fenomena yang terjadi saat ini, dimana penggunaan layanan *Paylater* semakin meningkat dan sering digunakan oleh Generasi Z.

Hal ini menunjukkan bahwa ketika literasi keuangan tidak dikelola dengan baik maka perilaku konsumtif dalam memanfaatkan *Shopee Paylater* akan semakin tinggi. Sekalipun sudah menyusun anggaran, menyisihkan uang untuk ditabung, mempertimbangkan pembelian, dan menghindari hutang yang bersifat konsumsi, namun hal ini jika dibarengi dengan kegemaran untuk berbelanja online akan mempengaruhi perilaku konsumtif saat menggunakan *Shopee Paylater*.<sup>18</sup>

Jika dalam konteks penggunaan *paylater*, *self control* dapat berperan sebagai bentuk kesadaran dan kemampuan individu dalam mengelola keuangan secara bijaksana dan bertanggung jawab. Pengendalian diri atau *self control* yang baik akan membantu Generasi Z dalam membuat penilaian yang lebih masuk akal ketika menggunakan *paylater*, sehingga mencegah mereka terjebak dalam pola pengeluaran yang tidak terkendali. Sebagai upaya untuk mengatasi masalah tersebut, literasi keuangan menjadi salah satu solusi. Namun, peran *selfcontrol* dalam pengambilan

---

<sup>17</sup> Asja, H., Susanti, S., & Fauzi, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan *Paylater*: Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen (Jakman)*, 4, 309-325. doi:https://doi.org/10.35912/jakman.v2i4.495

<sup>18</sup> Gina Rahmawati and Elly Mirati, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna *Shopee Paylater* Pada Generasi Millennial," *Jurnal Multidisiplin Madani* 2, no. 5 (2022): 2415–2430.



keputusan untuk menggunakan *Shopee Paylater* juga dapat mempengaruhi perilaku pengguna.

Literasi keuangan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pengetahuan dan pemahaman konsumen terhadap produk dan layanan keuangan. Tujuan dari penelitian mengenai pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku pengguna *Shopee Paylater* adalah untuk mengetahui faktor apa yang mendorong generasi Z menggunakan layanan keuangan ini dan bagaimana variabel-variabel tersebut mempengaruhi perilaku pengguna *Shopee Paylater*.

Selain itu, penelitian ini juga mempertimbangkan fungsi dari variabel *moderating self control* yang mempengaruhi persepsi pengguna atau konsumen terhadap risiko yang terkait dengan penggunaan produk dan layanan keuangan.

Menurut penelitian Gina Rahmawati dan Elly Mirati, literasi keuangan mempunyai hubungan yang positif dengan perilaku konsumtif pengguna *Shopee Paylater*. Menurut penelitian dari Karina Putri Restike, Dinar Prasasti, Desfi Intan Fitriani, dan Monika Kussetya Ciptani menunjukkan hasil bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap penggunaan *Shopee Paylater* generasi Z.

Sejalan dengan itu, dari hasil penelitian menurut penelitian dari Engkar Rahma Maulida, Eris Munandar dan Nila Nurochani menunjukkan hasil literasi keuangan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa dan secara parsial variabel sistem pembayaran *Paylater* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kabupaten Ciamis dalam penelitian Namira dan Sonya (2022), variabel *self control* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan pengguna layanan *paylater*. Penelitian yang dilakukan oleh martika dan vivi.<sup>19</sup> Menunjukkan hasil bahwa mahasiswa aktif dari Prodi Pendidikan Universitas Negeri Surabaya memiliki pemahaman keuangan yang beragam, dengan skor rata-rata 44,11% hingga 63,02%, sehingga menunjukkan variasi dalam pemahaman mereka tentang keuangan dan cara mengelola uang. Selain itu, diperoleh hasil bahwa mereka menunjukkan perilaku konsumtif yang cukup tinggi, dengan 72,7 persen.

---

<sup>19</sup> Martika Siti Mubarakah and Vivi Pratiwi, Pengaruh E-Commerce, Uang Saku, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Masa Pandemi Covid-19, E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana.

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Walisongo dipilih sebagai subjek penelitian karena mereka merupakan bagian dari generasi Z, yang seringkali diidentifikasi sebagai generasi yang terbiasa dengan teknologi dan layanan digital, termasuk layanan *fintech* seperti *Shopee Paylater*. Selain itu, mahasiswa FEBI UIN Walisongo juga dianggap mewakili populasi yang memiliki karakteristik sosial dan ekonomi yang serupa, sehingga dapat memberikan gambaran yang cukup representatif mengenai perilaku pengguna *Shopee PayLater* di kalangan generasi Z di Indonesia.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku pengguna *Shopee PayLater*, khususnya pada generasi Z (Gen-Z) mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Walisongo Semarang. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengkaji apakah tingkat *self control* berperan sebagai variabel moderating dalam hubungan antara literasi keuangan dan perilaku pengguna *Shopee PayLater*.

Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan pemahaman lebih mendalam tentang sejauh mana literasi keuangan dapat memengaruhi keputusan pengguna *Shopee PayLater*, khususnya di kalangan generasi Z yang merupakan kelompok yang cenderung aktif dalam menggunakan layanan keuangan digital. Penelitian juga akan menjelaskan apakah tingkat *self control* memoderasi hubungan antara literasi keuangan dan perilaku pengguna, memberikan wawasan tentang pentingnya aspek psikologis dalam penggunaan layanan keuangan digital tersebut.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan pemahaman terkait perilaku pengguna *Shopee Paylater*, serta memberikan rekomendasi bagi penyelenggara layanan keuangan digital dan institusi pendidikan untuk meningkatkan literasi keuangan dan *self control* di kalangan generasi Z.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah Literasi Keuangan memengaruhi perilaku pengguna *Shopee Paylater* pada generasi Z Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang?
2. Apakah *self control* berperan dalam memoderating pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku pengguna *Shopee PayLater* pada generasi Z Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang?

### 1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui apakah Literasi Keuangan memengaruhi perilaku pengguna Shopee *Paylater* pada generasi Z FEBI UIN Walisongo Semarang.
2. Mengetahui peran *self control* dalam memoderating pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku pengguna Shopee *Paylater* pada generasi Z Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, di antaranya:

1. Bagi akademisi, penelitian ini dapat menjadi referensi dalam mengembangkan dan mengevaluasi program literasi keuangan khususnya pada generasi Z. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi bahan acuan dalam melakukan penelitian yang sejenis atau terkait.
2. Bagi lembaga pendidikan, penelitian ini dapat memberikan masukan dalam merancang program pembelajaran yang efektif dan efisien dalam meningkatkan pemahaman literasi keuangan pada generasi Z.
3. Bagi masyarakat dan pengguna Shopee *Paylater*, penelitian ini dapat memberikan pemahaman tentang pengaruh literasi keuangan dan *self control* terhadap perilaku pengguna Shopee *Paylater* serta membantu mengurangi risiko finansial yang mungkin terjadi.
4. Bagi Shopee, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan dalam mengembangkan kebijakan dan strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien terkait penggunaan Shopee *Paylater* pada generasi Z.
5. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat menjadi bahan acuan atau referensi dalam melakukan penelitian yang lebih lanjut terkait pengaruh literasi keuangan pada perilaku pengguna Shopee *Paylater* pada generasi Z dengan variabel yang berbeda.

### 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi yang digunakan oleh penulis dibagi menjadi lima bab dengan uraian sebagai berikut:

#### 1. BAB I PENDAHULUAN

Penulis menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian yang dilakukan, serta sistematika penulisan.

## **2. BAB II LANDASAN TEORI**

Penulis menguraikan landasan teori yang digunakan penulis dalam penelitian untuk memecahkan permasalahan atau tantangan pada objek penelitian.

## **3. BAB III METODE PENELITIAN**

Pendekatan metode yang digunakan dalam penelitian akan penulis bahas pada bab ketiga, meliputi jenis penelitian, variabel penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan, metodologi pengumpulan data, dan metode analisis data yang digunakan.

## **4. BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Pada bab empat, penulis menyajikan data dan membahas temuan hasil analisis pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku pengguna Shopee *Paylater*

## **5. BAB V PENUTUP**

Penulis mengambil kesimpulan dari hasil analisis mengenai pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku pengguna Shopee *Paylater* di bab lima.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Kerangka Teori

##### 2.1.1 Theory Of Planned Behavior (TPB)

###### 2.1.1.1 Pengertian

Didasarkan pada berbagai teori sikap, seperti teori belajar, teori harapan nilai, teori konsistensi, dan teori atribusi sehingga muncul adanya *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang diciptakan oleh Icek Ajzen pada tahun 1985 dalam artikelnya "*From intentions to actions : A Theory of planned behavior*". Teori perilaku yang direncanakan atau *Theory Of Planned Behavior* (TPB) adalah pengembangan lebih lanjut dari *Theory of Reasoned Action* (TRA).

Menurut *Theory of Planned Behavior*, yang merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action*, terdapat tiga komponen yang membentuk intensi dapat diprediksi yaitu sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan.

###### 2.1.1.2 Tujuan TPB

*Theory of Planned Behavior* memiliki beberapa tujuan, antara lain meramalkan dan memahami pengaruh motivasi terhadap perilaku yang bukan di bawah kendali atau keinginan individu sendiri. untuk menentukan strategi yang digunakan untuk mengubah perilaku dan untuk menjelaskan setiap elemen penting dari perilaku manusia, seperti alasan orang tidak masuk kerja atau membeli mobil baru. Teori ini memberikan dasar untuk mempelajari sikap terhadap perilaku. Berdasarkan teori tersebut, keinginan untuk berperilaku adalah faktor terpenting yang memengaruhi perilaku seseorang.

Menurut *Theory of Planned Behavior*, tidak semua perilaku berada di bawah kendali atau sepenuhnya di luar kendali. Sebaliknya, perilaku tersebut berubah dari semula di bawah kendali menjadi tidak terkendali di suatu titik dalam suatu kontinum. Faktor pengendali tersebut terdiri atas faktor internal dan eksternal. Faktor internal termasuk keterampilan, kemampuan, informasi, emosi, stres, dan sebagainya. Faktor eksternal termasuk situasi dan faktor lingkungan. Untuk mengatasi keterbatasan ini, Ajzen memodifikasi TRA dengan menambahkan anteseden intensi ketiga yang dikenal sebagai *Perceived Behavioral Control* (PBC). Sehingga, ia menamai teorinya menjadi *Theory Of Planned Behavior* (TPB).<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> Alfeus Manuntung, *Terapi Perilaku Kognitif pada Pasien Hipertensi* (Malang: Wineka Media: 2018)

## 2.1.2 Literasi Keuangan

### 2.1.2.1 Pengertian

Literasi keuangan merupakan hal yang dibutuhkan setiap orang jika ingin mencegah masalah keuangan.<sup>21</sup> Literasi keuangan menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 76 Tahun 2016 adalah pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*), dan kepercayaan diri (*confidence*) yang berdampak pada sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. Literasi keuangan dapat merujuk pada kesadaran dan pengetahuan keuangan mengenai produk keuangan dan lembaga keuangan, serta keterampilan keuangan seperti kemampuan menghitung pembayaran bunga majemuk dan keterampilan keuangan secara lebih luas dalam hal pengelolaan uang dan perencanaan keuangan.<sup>22</sup>

Menurut *framework* dari *Organisation for Economic Cooperation and Development* (OECD, 2016) menyatakan bahwa literasi keuangan dapat diukur menggunakan tiga komponen utama yaitu pengetahuan (*Knowledge*), perilaku (*Behaviour*), dan sikap (*Attitude*).

Dalam arti lain, literasi keuangan mengacu pada pengetahuan dan kemampuan keuangan yang memungkinkan masyarakat mengelola dan memaksimalkan keuangan mereka. Tujuan dari literasi keuangan adalah untuk membekali masyarakat dengan pendidikan keuangan berkualitas tinggi, sehingga mereka dapat mengambil sikap tegas dan mengambil keputusan keuangan secara bijaksana.<sup>23</sup>

Menurut Fatimah dan Susanti, literasi keuangan adalah kemampuan dalam pengelolaan uang berdasarkan pemahaman konsep dan informasi keuangan.<sup>24</sup> Individu dengan literasi keuangan dapat mengelola keuangan mereka secara efektif dan membuat keputusan keuangan yang baik untuk masa depan yang sejahtera.

Menurut Danes dan Haberman, literasi keuangan adalah pengetahuan keuangan yang sering diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, baik secara sadar maupun tidak

---

<sup>21</sup> Astrie Krisnawati, "PERAN MODAL SOSIAL SEBAGAI MEDIATOR LITERASI PRODUKTIF DI KABUPATEN GUNUNGKIDUL" (n.d.): 27–39.

<sup>22</sup> Luh Regita Eka Pratiwi and Astrie Krisnawati, "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Financial Self-Efficacy Pada Usia Produktif Di Kabupaten Buleleng, Bali," *Jurnal Mitra Manajemen* 4, no. 2 (2020): 171–183.

<sup>23</sup> "Literasi Keuangan: Pengertian, Tingkatan, Dan Pentingnya," accessed April 12, 2023, <https://www.ocbcnisp.com/id/article/2021/07/15/literasi-keuangan>.

<sup>24</sup> Fatimah, N., & Susanti. (2018). Pengaruh Pembelajaran Akuntansi Keuangan, Literasi Keuangan, Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Gresik. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 6(1), 48–57

sadar.<sup>25</sup> Literasi keuangan digambarkan sebagai kemampuan seseorang untuk memperoleh, memahami, dan mengevaluasi informasi yang berkaitan dengan pengambilan keputusan dengan memahami dampak keuangan yang timbul sebagai akibat dari perkembangan kompleksitas keuangan global.

Setiap individu memiliki tingkat literasi keuangan yang berbeda. Perbedaan inilah yang menyebabkan perbedaan signifikan antara individu satu dengan yang lainnya dalam hal mengumpulkan aset jangka pendek maupun jangka panjang. Karakteristik demografi seseorang, seperti gender, etnis, pendidikan dan kemampuan kognitif, latar belakang keluarga, kekayaan, dan preferensi waktu, serta faktor sosial dan ekonomi, dapat mempengaruhi literasi keuangan dan perilaku keuangan mereka.<sup>26</sup>

Konsep dan pentingnya literasi keuangan dalam pengelolaan keuangan adalah untuk mengembangkan pemahaman yang lebih mendalam tentang konsep keuangan dan membantu dalam pengambilan keputusan yang bijak selama pengelolaan keuangan. Literasi keuangan juga membantu mencegah masalah keuangan seperti hutang, kebangkrutan, dan ketidakstabilan keuangan.

Jika dilihat pada generasi sebelumnya, literasi keuangan dapat mempengaruhi perilaku dan pola konsumsi generasi milenial yang tidak konsumtif dalam melakukan pembelian, termasuk dalam penggunaan aplikasi belanja online dengan mekanisme pembayaran Shopee *Paylater* yang saat ini sedang populer di kalangan milenial. Hal ini dikarenakan setiap pembelian atau transaksi yang dilakukan dengan menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater* telah direncanakan atau dianggarkan terlebih dahulu agar tidak terjadi konsumtif dalam pembelian online.<sup>27</sup>

### **2.1.2.2 Indikator Literasi Keuangan**

Remund mendefinisikan literasi keuangan memiliki beberapa indikator, yaitu yang pertama adalah pengetahuan tentang konsep keuangan. Kedua kemampuan untuk berkomunikasi tentang konsep keuangan. Indikator selanjutnya mengenai kemampuan untuk mengelola keuangan pribadi. Keempat adalah kemampuan dalam membuat keputusan keuangan. Dan yang terakhir mengenai keyakinan untuk membuat perencanaan keuangan di masa depan.<sup>28</sup>

---

<sup>25</sup> Suwatno, Waspada, I. P., & Mulyani, H. (2020). Meningkatkan Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Melalui Financial Literacy dan Financial Self Efficacy. *JPAK : Jurnal Pendidikan Akuntansi Dan Keuangan*, 8(1), 87–96.

<sup>26</sup> Eunike Maretta Marbun, 2016. Analisis Perbedaan Tingkat Financial Literacy Dan Financial Behavior Mahasiswa Baru Universitas Sumatera Utara. Skripsi Sarjana Tidak Diterbitkan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara Medan.

<sup>27</sup> Rahmawati and Mirati, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Pada Generasi Millennial."

<sup>28</sup> David L. Remund, "Financial Literacy Explicated: The Case for a Clearer Definition in an Increasingly Complex Economy," *Journal of Consumer Affairs* 44, no. 2 (2010): 276–295.

a. *Knowledge of Financial Concepts*

Komponen yang paling jelas dan paling muncul dalam berbagai definisi konseptual literasi keuangan adalah pengetahuan. Untuk menangani uang secara efektif, pertama-tama seseorang harus memahami tentang uang. Cendekiawan memvalidasi relevansi pengetahuan dengan menyebutkan bagaimana pengetahuan dapat meningkatkan kesejahteraan finansial seseorang.<sup>29</sup>

b. *Ability to Communicate about Financial Concepts*

Beberapa peneliti, seperti Fox, Bartholomae, dan Lee telah yang memutarbalikkan sedikit definisi literasi keuangan berbasis pengetahuan. Daripada hanya berfokus pada seberapa banyak informasi yang dimiliki seseorang, mereka mendefinisikan literasi keuangan sebagai hal yang "penting untuk pengambilan keputusan konsumen yang efektif".<sup>30</sup> Ini menyajikan literasi keuangan sebagai penerapan pengetahuan yang lebih luas.

c. *Aptitude in Managing Personal Finances*

Banyak definisi konseptual tentang literasi keuangan termasuk beberapa penyebutan dari kapasitas atau bakat untuk mengelola keuangan pribadi dengan cara tertentu.

Definisi yang lebih panjang, seperti definisi Emmons, cenderung mendefinisikan aspek spesifik dari literasi keuangan atau dalam beberapa kasus, kemungkinan cara untuk mengykur literasi keuangan secara operasional. Menunjukkan bahwa literasi lebih dari sekedar ukuran pengetahuan.<sup>31</sup> Literasi mencerminkan kemampuan seseorang dalam melakukan sejumlah tanggung jawab keuangan, seperti memperoleh, melindungi, dan membelanjakan uang.

d. *Skill in Making Appropriate Financial Decisions*

Sebagian besar definisi literasi keuangan menekankan kemampuan pengambilan keputusan. Literasi tidak dapat diukur kecuali jika hal tersebut diuji, dan pengambilan keputusan penting dalam pengelolaan uang. Menggambarkan pengambilan keputusan dalam berbagai cara: "pengambilan keputusan keuangan yang sukses", "pengetahuan diperlukan untuk membuat

---

<sup>29</sup> Braunstein, Sandra, and Carolyn Welch. 2002. Financial Literacy: An Overview of Practice, Research,

<sup>30</sup> Fox, Jonathan, Suzanne Bartholomae, and Jinkook Lee. 2005. Building the Case for Financial Education. *Journal of Consumer Affairs*, 39 (Summer): 195–214.

<sup>31</sup> Emmons, William. 2005. Consumer-Finance Myths and Other Obstacles to Financial Literacy. *St. Louis University Public Law Review*, 24: 335–362.



keputusan yang tepat”<sup>32</sup> dan “membuat pilihan cerdas” adalah beberapa contohnya.

### 2.1.2.3 Tujuan Literasi Keuangan

Literasi keuangan mempunyai tujuan jangka panjang bagi seluruh kelompok masyarakat:

- a. Meningkatkan literasi seseorang yang tadinya *less literate* atau *not literate* menjadi *well literate*
- b. Meningkatkan jumlah masyarakat yang menggunakan produk dan jasa keuangan.

Untuk dapat memilih produk dan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhannya, masyarakat harus terlebih dahulu memahami manfaat dan risiko, menyadari hak dan kewajibannya, serta yakin bahwa produk dan jasa keuangan yang dipilihnya akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.<sup>33</sup>

Literasi keuangan mempunyai banyak manfaat bagi masyarakat, termasuk diantaranya

- a. Kemampuan untuk memilih dan menggunakan produk dan layanan keuangan yang sesuai kebutuhan;
- b. Kemampuan melakukan perencanaan keuangan yang lebih baik
- c. Dapat menghindari berinvestasi pada instrumen keuangan yang tidak jelas.

### 2.1.2.4 Aspek Literasi Keuangan

Literasi keuangan, menurut Chen dan Volpe, terdiri dari empat aspek yaitu<sup>34</sup>, yang pertama adalah pengetahuan keuangan dasar (*basic financial knowledge*). Pengeluaran, pendapatan, aset, hutang, ekuitas, dan risiko adalah contoh pengetahuan keuangan dasar. Informasi mendasar ini seringkali dikaitkan dengan keputusan investasi atau pendanaan, yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang dalam mengelola keuangan.

Kedua, Simpanan dan pinjaman (*saving and borrowing*), yang merupakan salah satu jenis produk perbankan yang disebut juga tabungan dan kredit. Tabungan adalah sejumlah uang yang disisihkan untuk kebutuhan masa depan. Seseorang dengan pendapatan yang lebih tinggi dibandingkan pengeluarannya akan cenderung menyisihkan selisihnya untuk kebutuhan masa depan. Tabungan dapat berupa simpanan bank atau simpanan dalam bentuk deposito. Sedangkan pinjam (*borrowing*) atau yang sering disebut kredit adalah fasilitas untuk melakukan peminjaman uang dan membayarnya kembali beserta bunganya dalam jangka waktu tertentu.

---

<sup>32</sup> Rhine, Sherrie, and Maude Toussaint-Comeau. 2002. Adult Preferences in the Delivery of Personal Financial Information. *Financial Counseling and Planning*, 13 (2): 11–25.

<sup>33</sup> Otoritas Jasa Keuangan [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id), diakses pada 5 Agustus 2023 pukul 15:20

<sup>34</sup> Yushita, A. N. (2017). Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Nominal*, VI(1), 11–

Ketiga, Proteksi atau asuransi (*insurance*). Seperti asuransi jiwa, asuransi properti, asuransi pendidikan, dan asuransi kesehatan adalah bentuk perlindungan secara finansial. Tujuan proteksi adalah untuk mendapatkan ganti rugi jika terjadi sesuatu yang tidak terduga, seperti kematian, kehilangan, kecelakaan, atau kerusakan. Asuransi mengharuskan pihak bertanggung membayar pembayaran premi bulanan dalam jangka waktu tertentu sebagai ganti atas polis yang menjamin perlindungan pihak bertanggung.

Investasi adalah jenis kegiatan penanaman dana di mana dana atau aset dibeli dengan tujuan mendapatkan keuntungan di masa depan. Aset riil (properti atau emas), aset keuangan (saham, deposito, obligasi, dan aset keuangan lainnya), dan lain-lain, merupakan bentuk investasi. Setiap jenis investasi memiliki kelebihan dan kekurangan yang berbeda, serta risiko investasi yang berbeda-beda. Menurut hukum investasi yang ada menyatakan bahwa semakin besar risiko investasi maka semakin besar keuntungan yang ditawarkan (*high risk, high return*).

### 2.1.3 PayLater

*Paylater* yang merupakan salah satu jenis layanan pada bisnis *fintech*, sistem pembayaran dengan model cicilan yang tidak memerlukan kartu kredit diperkenalkan pada pertengahan tahun 2018. *Paylater* saat ini banyak digunakan di *e-commerce* Indonesia, mulai dari perusahaan hiburan, reservasi tiket dan hotel, *marketplace*, dan perusahaan penyedia layanan transportasi online.<sup>35</sup>

*Paylater* adalah solusi keuangan yang memungkinkan metode pembayaran secara mencicil dan tanpa menggunakan kartu kredit.<sup>36</sup> Pengguna adalah pembeda utama antara kartu kredit dan layanan *paylater*. Sebagian besar pengguna kartu kredit harus memiliki pekerjaan dan pendapatan yang konsisten agar bank dapat mengeluarkan kartunya untuk konsumen, sementara layanan *paylater* tersedia untuk semua orang, bahkan pelajar juga bisa menggunakan layanan *paylater*. Menurut pendapat lain, perbedaan utama antara kartu kredit dan *paylater* adalah bentuknya. Layanan *paylater* tidak didesain dalam bentuk kartu kredit melainkan sebagai fitur di proses digital.

*Paylater* memiliki keunggulan diantaranya adalah proses pendaftaran yang mudah, mendapat pengawasan dari OJK, fleksibel dan cepat, adanya program promo khusus. Sedangkan untuk kekurangan *paylater* diantaranya adalah peminatnya banyak, adanya denda dan keamanan data.<sup>37</sup>

---

<sup>35</sup> Rahmatika Sari, "Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce Di Indonesia," *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi* 7, no. 1 (2021): 44–57.

<sup>36</sup> Namira Maulida Eka Putri and Sonja Andarini, "Pengaruh Self Control Dan Financial Attitude Terhadap Financial Management Behavior (Studi Pengguna Shopee Paylater Di Kota Surabaya)," *Jeam* 21, no. 1 (2022): 60–74.

<sup>37</sup> Rahmatika Sari, "Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce Di Indonesia Rahmatika Sari."

### 2.1.3.1 Shopee Paylater

Shopee adalah platform belanja online terkemuka di Asia Tenggara dan Taiwan. Shopee, yang diluncurkan pada tahun 2015, merupakan platform yang cocok untuk setiap wilayah yang menawarkan pengalaman belanja online yang mudah, aman, dan cepat kepada pengguna melalui dukungan pembayaran dan logistik yang kuat.<sup>38</sup>

Shopee menawarkan beragam alternatif pembayaran yang ditawarkan kepada pengguna aplikasi Shopee. Seperti pembayaran melalui transfer bank, kartu kredit, *shopeepay*, hingga *shopee paylater*. Shopee PayLater memungkinkan pengguna aktif Shopee mendapatkan kemudahan dalam berbelanja berupa pinjaman dengan bunga yang rendah.<sup>39</sup>

*Shopee Paylater* adalah salah satu mekanisme pembayaran yang tersedia di aplikasi *Marketplace Shopee*. Sesuai dengan namanya, *paylater* berasal dari kata bahasa Inggris yang berarti *pay*: bayar dan *later*: nanti atau kemudian. Sehingga jika digabungkan menunjukkan bahwa *paylater* adalah mekanisme pembayaran yang dapat dilakukan dikemudian hari.<sup>40</sup>

*Paylater* beli sekarang, bayar nanti berarti membeli dengan pembayaran dikemudian hari atau cicilan. Selain itu dapat diketahui bahwa produk *Shopee Paylater* adalah kita bisa mendapatkan barang yang diinginkan sekarang akan tetapi pembayaran dilakukan dengan cara cicilan.<sup>41</sup>

*Shopee Paylater*, salah satu jenis layanan pinjaman digital, memberikan kemudahan bagi pengguna untuk membayar cicilan. Namun, layanan ini juga mengandung risiko yang harus diwaspadai oleh pengguna, seperti suku bunga tinggi dan risiko kelebihan pembayaran. Sejumlah penelitian menyoroiti dampak layanan pinjaman digital seperti *Shopee Paylater* terhadap perilaku pengelolaan keuangan, dengan pengguna sering melakukan pembelian impulsif dan mengabaikan pengelolaan hutang yang tepat.

Menurut pandangan Islam, pemberian pinjaman *paylater* yang tersedia di Shopee termasuk akad *qardh*.<sup>42</sup> Akad *qardh* adalah pemberian harta benda kepada orang lain yang dapat dituntut atau diminta tanpa mengharapkan imbalan.<sup>43</sup> Akad *qardh* juga dapat

---

<sup>38</sup> "Tentang Shopee - Karir | Shopee Indonesia," accessed May 21, 2023, <https://careers.shopee.co.id/about>.

<sup>39</sup> "Ini Cara Kredit Di Shopee? Aktifkan Shopee Paylater Sekarang!," accessed April 12, 2023, <https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/cara-menggunakan-shopeepaylater-di-shopee/>.

<sup>40</sup> "Apa Itu Shopee Paylater Beli Sekarang Bayar Nanti?," accessed April 12, 2023, <https://fintex.id/apa-itu-shopee-paylater/>.

<sup>41</sup> *Ibid.*

<sup>42</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2011).

<sup>43</sup> Ruslan Abdul Ghofur, "Konstruksi Akad Dalam Pengembangan Produk Perbankan Syariah Di Indonesia", Vol. XII No. 3 (2015)

dikatakan sebagai pinjaman yang diberikan kepada seorang *muqtaridh* yang membutuhkan dana atau uang.<sup>44</sup> Akad *qardh* menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah adalah akad meminjamkan dana kepada nasabah dengan syarat-syarat tertentu yaitu nasabah wajib mengembalikan uang yang diterimanya pada waktu yang disepakati kedua belah pihak. Akad *qardh* mempunyai landasan hukum yaitu saling membantu dalam kebaikan, khususnya antara peminjam (*muqtarid*) dan orang yang meminjamkan (*muqrid*).

Sesuai Fatwa DSN-MUI No.116/DSNMUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik Syariah, syarat dan ketentuan dalam akad *qardh* tidak berlaku pada *Shopee Paylater* sehingga mengakibatkan perbuatan yang bertentangan dengan syariat Islam. Hal tersebut dikarenakan pihak *Shopee Paylater* menggunakan riba untuk melunasi utangnya. Meskipun pada bulan pertama tidak dipungut biaya, namun jika peminjam (*muqrid*) gagal membayar hingga jatuh tempo, maka akan dikenakan denda sebesar 5% dari nominal ditambah biaya administrasi sebesar 1%.

Fitur *paylater* dianggap riba ketika penerbit *paylater* memerlukan *ziyadah* atau tambahan terlebih dahulu kepada konsumennya. Termasuk dalam kategori riba utang yang diharamkan. Akan tetapi tidak riba jika fitur *paylater* mengenakan biaya tambahan selama biaya tambahan tersebut tergolong jasa atau *ijarah*.<sup>45</sup>

### 2.1.3.2 Pengguna Shopee Paylater

Pengguna Shopee Paylater adalah individu yang menggunakan layanan atau fitur *paylater* pada platform *e-commerce Shopee* untuk melakukan pembelian dan membayar nanti dengan jangka waktu tertentu.

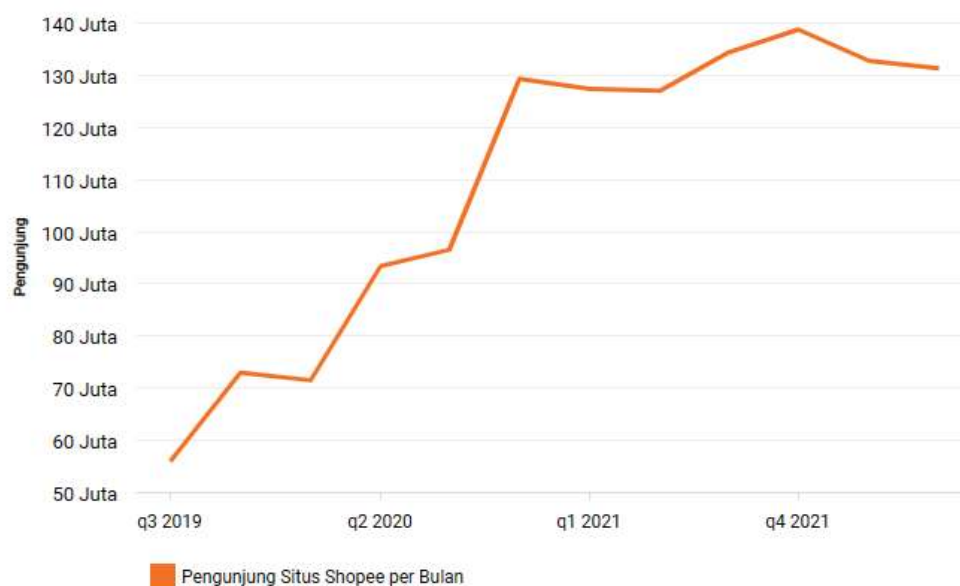
Menurut data iPrice, Shopee memiliki rata-rata per bulan 131,3 juta kunjungan pada *website* pada kuartal kedua tahun 2022. Sebelum pandemi, Shopee hanya memiliki 56 juta pengunjung *website* bulanan pada kuartal ketiga tahun 2019. Selama pandemi, pengunjungnya meningkat, namun trennya mulai menurun pada dua kuartal pertama tahun ini, seperti terlihat pada grafik.

---

<sup>44</sup> Muhammad Syafi’I Antonio, “Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek”, 2011.

<sup>45</sup> “Bagaimana Hukum Belanja Menggunakan Paylater? Ini Kata Dosen UM Surabaya | Universitas Muhammadiyah Surabaya,” accessed December 25, 2023, <https://www.um-surabaya.ac.id/article/bagaimana-hukum-belanja-menggunakan-paylater-ini-kata-dosen-um-surabaya>.

**Gambar 2.1**



Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/>

Selama kuartal ketiga tahun 2019 hingga kuartal kedua tahun 2022, jumlah pengunjung *website* Shopee meningkat sekitar 134%. Menurut iPrice, terjadi pergeseran perilaku pelanggan Indonesia selama periode ini, dari mengakses *ecommerce* melalui aplikasi ponsel untuk mengarahkan *website* dan banyak situs *ecommerce* lain yang mengalami peningkatan pengunjung *website* serupa.

Pergeseran perilaku pengguna ini menurut iPrice menunjukkan keberhasilan operator *ecommerce* dalam meningkatkan kualitas konten serta perbaikan pada *user experience* (UX) dan *user interface* (UI) pada *website* mereka.<sup>46</sup>

### 2.1.3.3 Perilaku Pengguna Shopee Paylater

Perilaku pengguna (*customer behavior*) atau konsumen *Shopee Paylater* meliputi kecenderungan dalam melakukan pembelian, pengelolaan pembayaran, dan pengambilan keputusan keuangan yang terkait dengan penggunaan *Shopee Paylater*.

Perilaku pengguna atau konsumen menurut Hasan adalah studi tentang proses yang terjadi ketika individu atau kelompok memilih, membeli, memanfaatkan, atau mengatur produk, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.<sup>47</sup>

Griffin mendefinisikan perilaku konsumen sebagai segala kegiatan, tindakan, dan proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut sebelum membeli, ketika membeli,

<sup>46</sup> “Ini Pertumbuhan Pengunjung Shopee Sampai Kuartal II 2022,” accessed April 12, 2023, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/21/ini-pertumbuhan-pengunjung-shopee-sampai-kuartal-ii-2022>.

<sup>47</sup> Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS (Center For Academic Publishing Service): Yogyakarta

menggunakan, dan mengonsumsi produk dan jasa setelah melakukan hal-hal yang tercantum di atas, atau kegiatan mengevaluasi.<sup>48</sup>

Perilaku pengguna *Shopee Paylater* dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti literasi keuangan, persepsi risiko, dan kecenderungan perilaku konsumtif. Pengguna layanan *Shopee Paylater* harus memiliki persepsi risiko yang realistis dan kecenderungan untuk tidak melakukan pembelian impulsif untuk menghindari risiko kelebihan utang.

كُلُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَلَا تَطْغَوْا فِيهِ فَيَحِلَّ عَلَيْكُمْ غَضَبِي وَمَنْ يَحِلَّ عَلَيْهِ غَضَبِي فَقَدْ هَوَىٰ

“Makanlah dari rezeki yang baik-baik yang telah Kami berikan kepadamu, dan janganlah melampaui batas, yang menyebabkan kemurkaan-Ku menimpamu. Barangsiapa ditimpa kemurkaan-Ku, maka sungguh, binasalah dia.”<sup>49</sup> (Q.S. 20; Taha 81)

Menurut tafsir Kementerian Agama, pada ayat ini Allah menyuruh mereka makan dari rezekinya yang baik, yang enak dan lezat dari nikmat yang Allah karuniakan, dan jangan sekali-kali menyalahgunakannya, misalnya dengan menghambur-hamburkan, tidak mensyukurinya, menggunakan pada kemaksiatan, dan sebagainya, karena hal tersebut mengundang kemurkaan Allah yang akan mendatangkan siksa-Nya. Celakalah mereka yang terkena kemurkaan Allah.

### 2.1.3.4 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pengguna Shopee PayLater

#### a. Kemudahan Penggunaan

Menurut *Technology Acceptance Model* (TAM), persepsi kemudahan penggunaan suatu teknologi digunakan sebagai ukuran dimana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami dan digunakan dalam menyelesaikan suatu pekerjaan karena menggunakan sistem suatu pekerjaan dapat dilakukan dengan lebih efektif.<sup>50</sup> Sejumlah penelitian telah memberikan bukti bahwa TAM mampu memprediksi perilaku pengguna secara akurat. Istilah "TAM", pada huruf "A" merupakan singkatan dari kata "*Acceptance*", yang berarti penerimaan. Oleh karena itu, TAM merupakan suatu model analisis yang digunakan untuk mengetahui perilaku pengguna dalam kaitannya dengan adopsi teknologi.<sup>51</sup>

---

<sup>48</sup> Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK NIKE DI KOTA MEDAN. *Jurnal Bisnis Administrasi*, 6(1), 37–43.

<sup>49</sup> Al-Quran Q.S. 20; Taha 81

<sup>50</sup> Adela Rossa and Fathir Ashfath, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Risiko Dan Keamanan Terhadap Impulse Buying Pengguna SPaylater (Shopee Paylater) Di Jadetabek,” *Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen* (2022): 1–15, <http://prosiding-old.pnj.ac.id/index.php/snampnj/article/view/5518>.

<sup>51</sup> Fatmawati, E. (2015). *Technology Acceptance Model (Tam) Untuk Menganalisis Penerimaan Terhadap Sistem Informasi Perpustakaan*. *Journal Iqra*, 09, 1-13.

Semakin mudah pengguna dapat menggunakan *Shopee Paylater*, seperti pilihan pembayaran yang jelas dan proses yang sederhana, maka semakin besar kemungkinan para pengguna untuk memanfaatkannya. Misalnya ketika Shopee menyediakan menu pembayaran *Shopee Paylater* yang mudah ditemukan dan dapat diakses dengan cepat.

b. Kepercayaan Pengguna

Tingkat kepercayaan menjadi salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan penggunaan. Menurut McKnight, Kacmar, dan Choudhury, dalam perilaku ekonomi di era Revolusi Industri 4.0, terdapat dua dimensi yang mungkin dapat membangun kepercayaan (*trust*) seseorang, diantaranya adalah dimensi *trust believe* dan *trust intention*. *Trust believe* merupakan suatu karakteristik seseorang yang menguntungkan baik untuk menanamkan kepercayaan pada kelompok lain, dalam hal ini penilaian konsumen atau pihak yang percaya terhadap suatu *online shop* maka pembeli akan percaya dengan adanya karakteristik yang diciptakannya.<sup>52</sup>

Tingkat kepercayaan pengguna terhadap *Shopee Paylater*, termasuk rasa aman dalam transaksi dan kejelasan syarat dan ketentuannya, dapat mempengaruhi keputusan pengguna dalam menggunakan fitur ini. Misalnya ketika Shopee menyediakan informasi yang jelas tentang pertanyaan-pertanyaan umum mengenai *Shopee Paylater* di halaman bantuan atau FAQ (*Frequently Asked Questions*).

c. Manfaat dan Insentif

Keuntungan atau insentif yang ditawarkan kepada pengguna Shopee Paylater, seperti diskon khusus atau promo yang berlaku, dapat meningkatkan minat pengguna untuk memanfaatkannya. Misalnya ketika Shopee menawarkan diskon cicilan 0% ataupun gratis ongkos kirim bagi pengguna yang menggunakan Shopee Paylater.

d. Persepsi Risiko

Persepsi pengguna terhadap risiko penggunaan Shopee Paylater juga dapat mempengaruhi keputusan pengguna dalam mengadopsi fitur tersebut. Jika pengguna merasa risiko yang terkait dengan pembayaran cicilan tidak terlalu tinggi, mereka cenderung lebih bersedia untuk menggunakan Shopee Paylater. Misalnya ketika Shopee menyediakan kebijakan pengembalian dana yang jelas jika ada masalah dengan pembayaran Shopee Paylater.

---

<sup>52</sup> *Ibid*

### 2.1.3.5 Tipe Pengguna Shopee PayLater

- a. Pengguna Reguler: Pengguna yang secara teratur memanfaatkan Shopee Paylater untuk melakukan pembelian dan pembayaran barang secara cicilan. Contohnya seperti pengguna A yang menggunakan Shopee Paylater setiap bulan untuk belanja kebutuhan sehari-hari.
- b. Pengguna Gelegenheid: Pengguna yang menggunakan Shopee Paylater hanya pada kesempatan tertentu, seperti saat ada promo atau kebutuhan mendesak. Contohnya seperti pengguna B menggunakan Shopee Paylater hanya saat ada promo diskon besar-besaran.
- c. Pengguna Hemat: Pengguna yang menggunakan Shopee Paylater untuk memanfaatkan fitur bunga 0% agar bisa melunasi pembayaran secara bertahap tanpa tambahan biaya. Contohnya seperti pengguna C menggunakan Shopee Paylater dengan bunga 0% untuk membeli barang yang harganya cukup tinggi dan dapat dibayar dalam beberapa bulan.

### 2.1.3.6 Dampak Perilaku Pengguna Shopee PayLater

- a. Peningkatan Penggunaan *e-commerce*

Dengan adanya Shopee Paylater, pengguna cenderung lebih nyaman untuk melakukan pembelian online karena dapat membayar dalam waktu yang lebih lama. Contoh: Shopee Paylater membantu pengguna melakukan belanja online tanpa harus langsung membayar tagihan penuh.

- b. Keuntungan bagi Shopee

Dengan semakin banyaknya pengguna yang menggunakan Shopee Paylater, Shopee dapat menghasilkan pendapatan tambahan melalui biaya administrasi atau bunga yang diterapkan pada fitur ini. Contoh: Dengan penggunaan Shopee Paylater yang tinggi, Shopee dapat memperoleh keuntungan dari biaya administrasi dan bunga.

## 2.1.4 Self Control

### 2.1.4.1 Pengertian

*Self control* (pengendalian diri) merupakan salah satu jenis pengendalian diri individu dalam tindakan yang akan diambil. Hal ini juga ditandai dengan kemampuan menilai diri sendiri dan lingkungan. Menurut Strömbäck et al., *self control* diartikan sebagai kemampuan seseorang di masa depan untuk mengendalikan diri untuk saat ini.<sup>53</sup>

---

<sup>53</sup> Strömbäck, C., T. Lind, K. Skagerlund, D. Västfjäll, dan G. Tinghög. 2017. Does self control predict financial behavior and financial well-being? *Journal of Behavioral and Experimental Finance* 14: 30–38



Dalam hal pengelolaan keuangan, *self control* merupakan aktivitas yang membantu seseorang untuk melakukan penghematan dengan mengurangi pembelian impulsif.<sup>54</sup>

Ghufron mengartikan *self control* sebagai kemampuan untuk menyusun, membimbing, mengatur, dan mengarahkan bentuk perilaku yang dapat membawa ke konsekuensi yang positif.<sup>55</sup> Indikator mengukur variabel *self control* menurut Ghufron dan Risnawati, adalah Kemampuan mengontrol perilaku, Kemampuan untuk mengontrol stimulus, Kemampuan untuk mengantisipasi suatu peristiwa atau kejadian, Kemampuan untuk menafsirkan peristiwa atau kejadian, dan Kemampuan untuk mengambil keputusan.<sup>56</sup> Individu yang memiliki *self control* yang baik akan mampu mengatur perilaku dan mengendalikan stimulus agar tujuan tetap tercapai.<sup>57</sup>

*Self control* juga dianggap sebagai salah satu jenis disiplin diri karena memungkinkan seseorang mengatasi kebiasaan, berperilaku sesuai dengan tujuan yang ditentukan, dan menahan godaan.<sup>58</sup> *Self control* dipandang sebagai metode mengelola perilaku. Mengambil keputusan sebelum bertindak merupakan langkah penting dalam mengatasi kecenderungan ini. Semakin besar kendali seseorang terhadap tingkah lakunya, maka semakin besar pula tingkat *self control* yang dimiliki.<sup>59</sup> *Self control* adalah salah satu bentuk keterampilan yang dimiliki oleh seseorang yang melibatkan kepekaan membaca kondisi dan lingkungan.<sup>60</sup>

Adapun dalam mengendalikan dan mengelola faktor perilaku seseorang sesuai dengan keadaan dalam menampilkan dirinya dan mengatur tingkah lakunya untuk bersosialisasi dan mengontrol perilakunya.<sup>61</sup> Ketika seseorang tidak memiliki *self control*, sistem impulsifnya akan mengambil alih, dan mereka cenderung memilih solusi yang dapat memuaskan keinginan dan kepentingan pribadinya.<sup>62</sup>

---

<sup>54</sup> Leo Agung Manggala Yogatama, "Analisis Pengaruh Attitude , Subjective Norm , Dan Perceived Behavior Control Terhadap Intensi Penggunaan Helm Saat Mengendarai Motor Pada Remaja Dan Dewasa Muda Di Jakarta Selatan," *Proceeding PESAT 5* (2013): 8–9.

<sup>55</sup> Ghufron, M. N. & Rini R. S. 2012. Teori-Teori Psikologi. Jogjakarta : Ar- Ruzz Media.

<sup>56</sup> *Ibid*

<sup>57</sup> Marsela, R. D., & Supriatna, M. (2019). Kontrol Diri : Definisi dan Faktor. *Journal of Innovative Counseling*, 3(2), 65–69.

<sup>58</sup> Putri and Andarini, "Pengaruh Self Control Dan Financial Attitude Terhadap Financial Management Behavior (Studi Pengguna Shopee Paylater Di Kota Surabaya)."

<sup>59</sup> Insani, K. F. R. (2022). Pengaruh Konformitas dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online di Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2017 UIN Malang.

<sup>60</sup> Fariana, R. E., Surindra, B., & Arifin, Z. (2021). The Influence of Financial Literacy, Lifestyle and Self-Control on the Consumption Behavior of Economic Education Student. *International Journal of Research and Review*, 8(8), 496–503. <https://doi.org/10.52403/ijrr.20210867>

<sup>61</sup> Li, M., Tan, M., Wang, S., Li, J., Zhang, G., & Zhong, Y. (2021). The Effect of Preceding Self-Control on Green Consumption Behavior: The Moderating Role of Moral Elevation. *Psychology Research and Behavior Management*, 14, 2169–2180. <https://doi.org/10.2147/PRBM.S341786>

<sup>62</sup> Lusi Endang Sri Darmawati et al., "The Effect of Financial Literacy and Self-Control on Students' Consumptive Behavior," *Muhasabatuna : Jurnal Akuntansi Syariah* 5, no. 1 (2023): 013–020.

Teori kontrol diri juga mengemukakan bahwa *self control* dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu, seperti kelelahan, stres, dan situasi yang menuntut. Selain itu, individu yang memiliki tingkat *self control* yang rendah cenderung memiliki kecenderungan untuk melakukan perilaku yang merugikan diri sendiri.

Dalam konteks penelitian ini, *self control* dijadikan sebagai variabel moderating yang mempengaruhi hubungan antara literasi keuangan dan perilaku pengguna *Shopee Paylater*. Dalam konteks pengelolaan keuangan, *self control* dapat membantu individu untuk menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan dan mengambil keputusan finansial yang lebih bijaksana.

#### 2.1.4.2 Aspek Self Control

Menurut Averill self control dibedakan menjadi lima, yaitu.<sup>63</sup>

a. *Behavioral control* (Kontrol Perilaku)

Fisbein dan Ajzen menggambarkan *behavioral control* sebagai persepsi seseorang terhadap hambatan dalam melakukan suatu tindakan. *Behavioral control* menganggap kendali seseorang atas perilakunya berada pada suatu kontinum perilaku yang mudah dilakukan dengan usaha dan sumber daya yang cukup.<sup>64</sup>

b. *Cognitive control*

*Cognitive control* adalah kemampuan untuk menyesuaikan konsekuensi dari stres melalui penerapan proses dan taktik yang dipikirkan dengan matang. Hal ini dilakukan untuk mengurangi dampak stres. Taktik ini termasuk berfokus pada kesenangan, memiliki pikiran netral, atau menciptakan sensasi.

c. *Decisional control*

*Decisional control* menurut Averill adalah kemampuan seseorang untuk memilih suatu hasil atau tindakan berdasarkan sesuatu yang diyakini atau disetujuinya. *Self control* dalam pengambilan keputusan akan berjalan baik jika individu mempunyai kesempatan, kebebasan, atau potensi untuk memilih dari berbagai kemungkinan.

d. *Informational Control*

*Informational Control* merupakan waktu yang tepat untuk mempelajari lebih lanjut tentang tekanan, apa yang terjadi, mengapa hal itu terjadi, dan apa dampaknya. *Informational control* dalam *self control* dapat menghilangkan stres dengan meningkatkan kemampuan seseorang dalam meramalkan dan mempersiapkan diri

---

<sup>63</sup> Averill (1973). Personal control over aversive stimuli and its relationship to stress. *Psychological Bulletin*. Vol. 80, No. 4, 286-303

<sup>64</sup> Program Manajemen Pemasaran, Universitas Kristen Petra, and Jl Siwalankerto, "Analisis Pengaruh Sikap , Subjective Norm Dan Perceived Behavioral Control Terhadap Purchase Intention Pelanggan SOGO Department Store Di Tunjungan Plaza Surabaya" 2, no. 1 (2014): 1–7.

menghadapi apa yang akan terjadi, serta mengurangi kecemasan terhadap hal-hal yang tidak terduga.

e. *Retrospective Control*

*Retrospective Control* bertujuan untuk mengetahui apa dan siapa yang menimbulkan tekanan setelah kejadian tersebut.<sup>65</sup>

### 2.1.4.3 Fungsi Self Control

Menurut Messina dan Messina *self control* memiliki beberapa fungsi diantaranya adalah.<sup>66</sup>

a. Membatasi perhatian pada orang lain.

Individu dengan *self control* akan lebih mengutamakan kebutuhannya sendiri dibandingkan kebutuhan, kepentingan, atau keinginan orang lain di lingkungannya. Individu yang terlalu mementingkan kebutuhan, kepentingan, atau keinginan orang lain akan mengabaikan atau bahkan melupakan kebutuhan dirinya sendiri.

b. Mengurangi keinginan individu untuk melakukan kontrol terhadap orang lain di lingkungannya.

Individu yang memiliki *self control* membatasi ruang yang tersedia untuk tujuan mereka sendiri sambil memberi ruang bagi keinginan orang lain.

c. Mencegah orang berperilaku buruk

Individu dengan *self control* yang kuat akan terhindar dari berbagai aktivitas buruk. *Self control* digambarkan sebagai kemampuan seseorang untuk menahan godaan atau bertindak dengan cara yang bertentangan dengan norma sosial.

d. Membantu individu dalam memenuhi tuntutan hidupnya secara seimbang.

Individu dengan *self control* yang baik bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sesuai dengan kebutuhan yang ingin dipenuhi. Dalam skenario ini, *self control* membantu individu dalam menyeimbangkan tuntutan hidup.

Sedangkan dalam hal keuangan, *self control* memiliki fungsi sebagai berikut:

a. Pengendalian Pengeluaran

*Self control* membantu dalam penganggaran yang lebih baik. Dengan memiliki kesadaran tentang keinginan dan kebutuhan, maka akan mampu mengambil keputusan keuangan secara bijak dan menghindari pembelian *impulsif* yang pada akhirnya akan mengganggu anggaran keuangan.

---

<sup>65</sup> *Ibid.*

<sup>66</sup> Rachdianti, Yuniar. 2011. Hubungan antara Self Control dengan Intensitas Penggunaan Internet Remaja Akhir. Skripsi, tidak diterbitkan. Jakarta: Fakultas Psikologi Universitas Islam

b. Pengelolaan Utang

*Self control* membantu pengelolaan utang yang lebih efektif. Akan lebih sadar dalam membuat keputusan yang bijaksana tentang pengambilan utang baru. Dengan pengendalian diri, maka akan dapat melunasi hutang secara berkaladan menghindari adanya hutang menjadi beban yang berlebihan.

c. Membangun Tabungan

*Self control* adalah kunci untuk membangun tabungan yang kokoh. Dengan adanya pengendalian pengeluaran, maka keuangan dapat dialokasikan sebagian pendapatan untuk ditabung secara teratur. Hal tersebut akan membantu dalam menghadapi situasi darurat atau mempersiapkan masa depan yang lebih baik, seperti melakukan investasi atau tabungan pensiun.

d. Menghadapi Tantangan Keuangan

Dalam hidup, kita seringkali dihadapkan pada tantangan keuangan yang tak terduga. Memiliki *self control* yang kuat akan membantu tetap tenang dalam membuat keputusan yang bijaksana dalam menghadapinya dan akan mampu mengatur prioritas keuangan, membuat perencanaan yang sesuai dan menghindari tindakan yang *impulsif* atau emosional.

e. Mencapai Tujuan Keuangan

*Self control* merupakan suatu kunci utama untuk mencapai tujuan keuangan. Dengan mengontrol pengeluaran dan mengelola utang dengan bijaksana dan memiliki tabungan, maka akan memiliki fondasi keuangan yang kuat. Hal ini juga akan dapat membantu untuk mengikuti rencana keuangan dengan disiplin. Dengan adanya *self control* maka akan lebih mudah tercapai tujuan keuangan jangka panjang, seperti membeli rumah atau biaya pendidikan anak.

## 2.2 Penelitian Terdahulu dan Pengembangan Hipotesis

### 2.2.1 Hubungan Literasi Keuangan dan Perilaku Pengguna Shopee Paylater

Literasi keuangan dapat mempengaruhi perilaku pengguna dalam hal produk finansial, seperti *Shopee Paylater*. Pengguna dengan literasi keuangan yang memadai memiliki pemahaman dan pengetahuan yang lebih baik tentang pengelolaan keuangan pribadi, termasuk penggunaan produk keuangan seperti *Shopee Paylater* dibandingkan individu yang memiliki literasi keuangan yang rendah.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Karina Putri Restike, Dinar Prasasti, Desfi Intan Fitriani, dan Monika Kussetya Ciptani (2023) menunjukkan hasil bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap penggunaan *Shopee Paylater* pada generasi Z. Maka dari itu peneliti mengambil hipotesis sebagai berikut:

H1: Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap Perilaku pengguna Shopee *Paylater* oleh Generasi Z di FEBI UIN Walisongo.

### 2.2.2 Hubungan Literasi Keuangan dan Perilaku Pengguna dengan *Self Control* Sebagai Variable Moderating

a. *Self control* yang tinggi sebagai faktor moderating negatif

Jika individu memiliki tingkat *self control* yang tinggi, literasi keuangan yang mereka terima dapat memperkuat perilaku pengguna yang bertanggung jawab. Dalam hal ini, literasi keuangan memberikan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk mengelola keuangan dengan baik, dan individu dengan *self control* yang tinggi dapat menggunakan pengetahuan tersebut untuk mengambil keputusan yang bijaksana dalam penggunaan *Shopee Paylater*.

b. *Self control* yang rendah sebagai faktor moderating positif

Seseorang dengan tingkat *self control* yang rendah akan lebih rentan terhadap perilaku penggunaan yang tidak bertanggung jawab, meskipun mereka telah menerima literasi keuangan. Dalam hal ini, literasi keuangan mungkin tidak cukup efektif untuk mengubah perilaku mereka, karena kurangnya kemampuan mereka untuk mengendalikan dorongan impulsif. Meskipun memiliki pengetahuan tentang keuangan, individu dengan *self control* yang rendah dapat lebih terjerumus dalam penggunaan *Shopee Paylater* secara tidak bertanggung jawab.

c. Interaksi antara literasi keuangan dan *self control*

Ada juga kemungkinan interaksi antara literasi keuangan dan *self control*, di mana keduanya saling mempengaruhi. Misalnya, literasi keuangan yang diterima oleh individu dengan tingkat *self control* yang rendah mungkin membantu meningkatkan kemampuan mereka dalam mengendalikan dorongan *impulsif* dan mengambil keputusan yang lebih bijaksana dalam penggunaan *Shopee Paylater*. Hal ini berarti bahwa individu yang memiliki tingkat *self control* yang tinggi akan lebih mampu mengimplementasikan pengetahuan yang diperoleh dari literasi keuangan dalam mengelola penggunaan *Shopee Paylater* secara bijaksana. Sebaliknya, individu yang memiliki tingkat *self control* yang rendah mungkin cenderung gagal dalam mengimplementasikan pengetahuan finansial mereka, meskipun mereka telah memperoleh pendidikan keuangan yang memadai. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Namira dan Sonya (2022), variabel *self control* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan pengguna layanan *paylater*.

Maka dari itu peneliti mengambil hipotesis sebagai berikut:

H2: *Self control* memoderating hubungan antara perilaku pengguna Shopee *Paylater* dan Literasi keuangan pada generasi Z mahasiswa FEBI UIN Walisongo.

### 2.3 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1**

No	Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Namira Maulida Eka Putri dan Sonja Andarini (2022)	Pengaruh <i>Self Control</i> Dan <i>Financial Attitude</i> Terhadap <i>Financial Management Behavior</i> Pengguna Layanan <i>Buy Now Pay Later</i> (Studi Pengguna Shopee <i>Paylater</i> Di Kota Surabaya)	Sama-sama mengkaji tentang bagaimana peran <i>self control</i> terhadap pengguna shopee <i>paylater</i>	Perbedaannya adalah penelitian Marinda menjelaskan tentang pengaruh <i>self control</i> sebagai variabel indenpeden sedangkan peneliti menjelaskan tentang pandangan <i>self control</i> sebagai variabel moderating.
2	Gina Rahmawati dan Elly Mirati (2022)	Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna <i>Shopee Paylater</i> Pada Generasi Millennial	Sama-sama mengkaji tentang bagaimana peran literasi keuangan terhadap pengguna shopee <i>paylater</i>	Perbedaannya adalah penelitian Gina Rahmawati dan Eli Mirati mengambil objek penelitian pada generasi Milennial sedangkan peneliti mengambil objek penelitian pada generasi Z.
3	Harfiahani Indah Rakhma Ningtyas, SST.,MSA (2022)	Pengaruh <i>Financial Attitude dan Self Control</i> Terhadap <i>Financial Management Behavior</i> Dalam	Sama-sama mengkaji tentang pengaruh <i>self control</i> terhadap layanan <i>paylater</i>	Perbedaannya adalah penelitian Harfiahani Indah Rakhma Ningtyas menjelaskan

		Memanfaatkan Pelayanan <i>Buy Now Pay Later</i>		tentang pengaruh <i>self control</i> sebagai variabel indenpeden sedangkan peneliti menjelaskan tentang pandangan <i>self control</i> sebagai variable moderating.
4	Putu Putri Prawitasari (2023)	Pengaruh <i>Self Control</i> dan <i>Financial Attitude</i> Terhadap <i>Saving Behavior</i> Pengguna Layanan <i>Buy Now Pay Later</i>	Sama-sama mengkaji tentang bagaimana peran <i>self control</i> terhadap pengguna shopee <i>paylater</i>	Perbedaannya adalah penelitian Putu Putri Prawitasari membahas tentang pengaruh <i>self control</i> terhadap <i>saving behavior</i> sedangkan peneliti membahas pengaruh dari <i>self control</i> pada <i>Customer behaviour</i>
5	Sukhesy Eka Putri, Heni Safitri, dan Dedi Hariyanto (2023)	Pengaruh literasi keuangan dan <i>technology acceptance model</i> terhadap minat menggunakan <i>paylater</i> pada mahasiswa	Sama-sama mengkaji tentang bagaimana peran literasi keuangan terhadap pengguna <i>paylater</i> pada mahasiswa	Perbedaannya adalah penelitian Sukhesy Eka Putri, Heni Safitri, dan Dedi Hariyanto, membahas tentang membahas minat menggunakan <i>paylater</i> sedangkan peneliti membahas perilaku pengguna Shopee <i>Paylater</i>

6	Sabrina Salsabila Sandhi (2023)	Peran Self Control Terhadap <i>Impulsivebuying</i> Pada Pengguna Pay Later	Sama-sama mengkaji tentang bagaimana peran <i>self control</i> terhadap pengguna <i>paylater</i>	Perbedaannya adalah penelitian Sabrina, membahas tentang <i>self control</i> sebagai variabel independent sedangkan peneliti membahas <i>self control</i> sebagai variabel moderating
7	Muhammad Robeth Fuadi, Dellawaty Supraba (2023)	Kontrol diri pada perilaku konsumtif remaja yang menggunakan fitur Shopee Pay Later	Sama-sama mengkaji tentang bagaimana peran control diri ( <i>self control</i> ) terhadap <i>paylater</i>	Perbedaannya adalah penelitian Muhammad dan Dellawaty, membahas tentang kontrol diri ( <i>self control</i> ) sebagai variabel independent sedangkan peneliti membahas <i>self control</i> sebagai variabel moderating
8	Sofiah Nada Fauziah, Putra Hilmi Prayitno, Hari Wahyono, Ro'ufah Inayati (2023)	<i>The Effect of Financial Literacy and Self-Control on Consumptive Behavior with Paylater as a Mediating Variable</i>	Sama-sama mengkaji tentang bagaimana peran literasi keuangan dan <i>self control</i> terhadap perilaku pengguna	Perbedaannya adalah penelitian Sofiah, dkk. Membahas tentang kontrol diri ( <i>self control</i> ) sebagai variabel independent sedangkan peneliti membahas <i>self control</i> sebagai variabel moderating



9	Martanti Cahya Ningsih, Choiroel Woestho, Dody Kurniawan (2023)	Pengaruh Literasi Keuangan, Manfaat Paylater dan Pendapatan Generasi Z Terhadap Minat Penggunaan Paylater di Platfrom Shopee Pada Kecamatan Tambun Selatan	Sama-sama mengkaji tentang bagaimana peran literasi keuangan terhadap pengguna <i>paylater</i>	Perbedaannya adalah penelitian Martanti, dkk. Membahas tentang minat penggunaan Shopee Paylater sedangkan peneliti membahas tentang perilaku pengguna Shopee Paylater
10	Sunia Herlyna, Luh Putu Shanti Kusumaningsih (2023)	Hubungan Financial Behavior Dan Kontrol Diri Dengan Dissaving Behavior Pengguna Layanan Shopee Paylater Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang	Sama-sama mengkaji tentang bagaimana peran <i>self control</i> terhadap pengguna Shopee Paylater	Perbedaannya adalah penelitian Sunia dan Kusumaningsih. Membahas tentang kontrol diri ( <i>self control</i> ) sebagai variabel independent sedangkan peneliti membahas <i>self control</i> sebagai variabel moderating
11	Karina Putri Restike, Dinar Prasasti, Desfi Intan Fitriani, Monika Kussetya Ciptani (2023)	Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Pembelian Impulsif, Dan Gaya Hidup Terhadap Penggunaan Shopee Paylater Gen Z	Sama-sama mengkaji tentang bagaimana peran literasi keuangan terhadap pengguna Paylater	Perbedaannya adalah penelitian Karin, dkk. Hanya menggunakan variable dependen dan independent sedangkan peneliti menggunakan <i>self control</i> sebagai variabel moderating

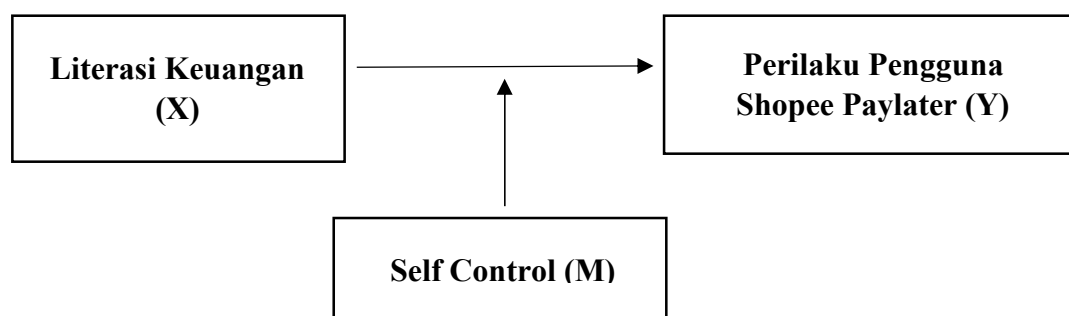
12	Regina Mulya Puspita (2022)	Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsif Produk Fashion Melalui E-Commerce Pengguna Paylater Pada Usia Dewasa Awal	Sama-sama mengkaji tentang bagaimana peran <i>self control</i> terhadap pengguna Paylater	Perbedaannya adalah penelitian Saniya. Membahas tentang kontrol diri ( <i>self control</i> ) sebagai variabel independent sedangkan peneliti membahas <i>self control</i> sebagai variabel moderating
13	Kurnia, Goso Goso, Muh. Halim (2023)	Pengaruh Fintech (Paylater), Literasi Keuangan dan Perilaku Konsumtif Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa	Sama-sama mengkaji tentang bagaimana peran literasi keuangan terhadap pengguna Paylater	Perbedaannya adalah penelitian Kurnia dkk. Membahas tentang perilaku konsumtif sedangkan peneliti membahas perilaku pengguna <i>paylater</i>
14	Pera Dwiwansi, Endah Dewi Purnamasari, Shafiera Lazuarni (2023)	Pengaruh Literasi Keuangan Dan Financial Experience Generasi Milenial Terhadap Penggunaan Paylater Pada E-Commerce	Sama-sama mengkaji tentang bagaimana peran literasi keuangan terhadap pengguna Paylater	Perbedaannya adalah penelitian Pera dkk. Menggunakan generasi milenial sebagai subjek penelitian sedangkan peneliti menggunakan generasi Z sebagai subjek penelitian

15	Dea Mahargia Pratiwi, Zaki Bahrun Ni'am (2023)	Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Penggunaan Shopee Paylater terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa	Sama-sama mengkaji tentang bagaimana peran literasi keuangan terhadap pengguna Paylater	Perbedaannya adalah penelitian Dea dkk. Membahas tentang manajemen keuangan dalam penggunaan paylater sedangkan peneliti membahas perilaku pengguna <i>paylater</i>
16	Rista Nurinda, Novi Qonitatin (2023)	Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Pengguna Shopee Paylater	Sama-sama mengkaji tentang bagaimana peran kontrol diri ( <i>self control</i> ) terhadap pengguna Paylater	Perbedaannya adalah penelitian Rista dkk. Membahas tentang perilaku konsumtif dalam penggunaan paylater sedangkan peneliti membahas perilaku pengguna <i>paylater</i>

## 2.4 Kerangka Teoritis

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pengguna Shopee Paylater. Untuk memudahkan dalam menganalisa maka dibuatlah kerangka teoritis sebagai berikut :

**Gambar 2.2**



## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Jenis dan Sumber Data

##### 3.1.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field study reseach*), yang merupakan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti guna mendapatkan data yang relevan. Berdasarkan permasalahan yang ada, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang hasilnya disajikan dalam bentuk deskripsi dengan menggunakan angka-angka. Pendekatan ini dipilih karena penelitian kuantitatif merupakan suatu jenis kegiatan penelitian yang spesifikasinya sistematis, terencana, dan terstruktur sejak awal, dimulai dengan pembuatan desain penelitian, baik mengenai tujuan penelitian, subjek penelitian, objek penelitian, sampel data, sumber data, maupun metodologinya. Variable penelitian terukur dengan berbagai bentuk skala pengukuran, yaitu skala nominal, ordinal, interval, maupun rasio. Seluruh uji statistik pada penelitian ini menggunakan *software* SPSS 27 by IBM.

##### 3.1.2 Sumber Data

Dalam penelitian, sumber data adalah subjek dari mana dapat memperoleh data. Apabila peneliti mengumpulkan data dengan menggunakan kuisisioner atau wawancara, maka sumber data disebut responden yang merupakan individu yang menanggapi atau menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti, baik secara tertulis maupun lisan.<sup>67</sup>

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diterima langsung dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian.<sup>68</sup> Data primer pada penelitian ini diperoleh dengan cara membagikan link kuisisioner (Google form) kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang angkatan 2020-2022.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan dari sumber kedua atau sekunder. Informasi yang dibutuhkan berasal dari literatur, jurnal, majalah, surat kabar, dan publikasi lainnya, serta data yang berhubungan dengan penelitian.<sup>69</sup>

Atau data yang diperoleh dari orang kedua atau bukan data yang diperoleh secara langsung, data mendukung pembahasan dan penelitian. Oleh karena itu, berbagai sumber

---

<sup>67</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006

<sup>68</sup> M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Prenada Kencana Group, 2005

<sup>69</sup> *Ibid.*

buku atau data yang diperoleh dapat membantu dan mengkaji penelitian secara kritis. Untuk memperoleh data tersebut, peneliti mengumpulkan informasi dari organisasi yang bersangkutan, serta buku, brosur, jurnal, website, dan contoh penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini.

Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini menggunakan data primer berupa kuesioner yang disebarakan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, dan data sekunder sebagai penunjang data primer berupa teori dan penelitian terdahulu.

## **3.2 Populasi dan Sampel**

### **3.2.1 Populasi**

Populasi merupakan generalisasi yang terdiri dari objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan dan dipilih oleh peneliti untuk diteliti dan diambil kesimpulannya.<sup>70</sup>

Sehingga, populasi tidak hanya mencakup manusia tetapi juga objek dan benda-benda alam. Populasi bukan hanya sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, juga mencakup seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki subjek atau objek tersebut.<sup>71</sup>

Populasi dalam penelitian ini merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang angkatan 2020-2022 dengan jumlah populasi angkatan 2020 sebanyak 360, angkatan 2021 sebanyak 575 dan angkatan 2022 sebanyak 634.

Pemilihan mahasiswa UIN Walisongo Semarang pada penelitian ini didasarkan pada beberapa alasan. Pertama, UIN Walisongo Semarang memiliki populasi mahasiswa yang berasal dari kalangan generasi Z, yang dianggap sebagai kelompok yang paling aktif dalam menggunakan teknologi dan layanan pembayaran online seperti *Shopee Paylater*. Oleh karena itu, penelitian ini dapat memberikan gambaran yang lebih akurat tentang perilaku pengguna *Shopee Paylater* pada kalangan mahasiswa generasi Z.

Kedua, FEBI UIN Walisongo Semarang merupakan fakultas yang memiliki program studi terkait dengan bidang keuangan dan bisnis, sehingga mahasiswa di fakultas ini diharapkan memiliki pengetahuan dan pemahaman yang lebih baik tentang keuangan dan manajemen keuangan. Dengan demikian, penelitian ini dapat menguji pengaruh literasi keuangan pada perilaku pengguna *Shopee Paylater* secara lebih khusus dan terfokus.

Ketiga, penelitian ini menggunakan *self control* sebagai variabel moderating, yang memerlukan sampel yang memiliki tingkat *self control* yang bervariasi. Mahasiswa di UIN

---

<sup>70</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D, Bandung: Alfabeta, 2008.

<sup>71</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung: Alfabeta, 2016

Walisongo Semarang memiliki latar belakang dan karakteristik yang berbeda-beda, sehingga dapat diharapkan bahwa tingkat *self control* mereka juga bervariasi.

Keempat, UIN Walisongo Semarang merupakan institusi pendidikan yang memiliki nilai-nilai Islam yang kuat, sehingga penelitian ini dapat menguji pengaruh nilai-nilai agama terhadap perilaku pengguna Shopee *Paylater* pada kalangan mahasiswa. Hal ini dapat memberikan kontribusi dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pengguna Shopee *Paylater* pada masyarakat Indonesia.

Dalam keseluruhan, pemilihan sample mahasiswa Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang pada penelitian ini didasarkan pada pertimbangan karakteristik populasi yang relevan dengan topik penelitian dan ketersediaan sumber data.

**Tabel 3.1**

<b>Program Studi</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Ekonomi Syariah	100	149	159
S1 Perbankan Syariah	91	155	159
Akuntansi Syariah	92	155	160
Manajemen	78	116	156
Total	1570		

### 3.2.2 Sampel

Sampel adalah sebagian atau perwakilan dari populasi yang diteliti. Sampel mewakili sebagian dari karakteristik dan sifat yang dimiliki oleh populasi. Karena populasinya begitu luas dan beragam serta peneliti tidak mungkin mempelajari berbagai karakteristik jenis populasi akibat keragaman masing-masing populasi, maka peneliti mengambil sampel dari populasi tersebut.<sup>72</sup> Jika jumlah populasi kurang dari 100 orang, maka seluruh sampel akan dikumpulkan, sehingga penelitian ini merupakan penelitian populasi. Jika populasinya besar dan peneliti sulit mempelajari semua yang ada pada populasi tersebut, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut, yang berkisar antara 10-15% atau 20. -25%.<sup>73</sup>

Hasil yang diambil dari sampel dapat diberlakukan untuk populasi. Oleh karena itu, sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar *representatif* (mewakili).<sup>74</sup>

<sup>72</sup> Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D. Bandung: Alfabeta,

<sup>73</sup> Suharsimi Arikunto. Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktik). Jakarta: PT Rineka Cipta.

<sup>74</sup> Sugiyono, Statistika untuk Penelitian, Bandung: Alfabeta, 20142

Adapun rumus yang digunakan peneliti untuk menentukan sampel menggunakan rumus slovin:

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

Dimana:

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

e : Error level (tingkat kesalahan 10%)

Populasi dalam penelitian ini sebanyak 1570 mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang angkatan 2020-2022 dengan tingkat kesalahan 10%, dengan hal tersebut dapat mewakili populasi dalam penelitian ini maka perhitungan penentuan jumlah sampel, sebagai berikut:

$$n = \frac{1570}{1 + 1570(0,1)^2}$$
$$n = 94,01197605$$

Maka dalam penelitian ini sampel yang diteliti adalah 95 orang dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian adalah *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan responden yang terpilih menjadi anggota sampel atas dasar pertimbangan tertentu. 2 (dua) kriteria yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Mahasiswa FEBI 2020-2022
2. Memakai layanan Shopee *Paylater*

### **3.3 Metode Pengumpulan Data**

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode pengumpulan data melalui dua cara, yaitu:

#### **3.3.1 Studi lapangan (*Field Research*)**

Penelitian dilakukan langsung di lapangan untuk mengumpulkan data dari objek penelitian. Data penelitian ini dikumpulkan melalui penggunaan metode survei, yaitu dengan menyebarkan kuisisioner kepada mahasiswa. Metode kuisisioner digunakan dalam penelitian ini. Kuisisioner adalah serangkaian pertanyaan tertulis yang dimaksudkan untuk memperoleh informasi dari responden dalam bentuk laporan tentang pribadinya atau hal

lainnya yang ingin diketahui dengan cara mencentang atau mencocokkan tanda pada tempat yang telah disediakan.<sup>75</sup>

Kuesioner dapat dilihat dari katagori jenis, jawaban, dan bentuknya sebagai berikut:<sup>76</sup>

Jenis Kuesioner , berupa:

- a. Kuesioner terbuka merupakan kuisisioner yang memberikan kesempatan kepada responden untuk menjawab dengan kehendak dan kalimatnya sendiri.
- b. Kuesioner tertutup merupakan kuisisioner yang sudah disediakan jawabannya sehingga responden tinggal memberikan tanda centang pada kolom atau tempat yang sesuai.

Jawaban yang diberikan, ada:

- a. Kuesioner langsung merupakan kuisisioner yaitu responden menjawab tentang dirinya.
- b. Kuesioner tidak langsung merupakan kuisisioner yaitu jika responden menjawab tentang orang lain.

Bentuknya maka ada:

- a. Kuesioner pilihan ganda merupakan kuisisioner yang sama dengan kuesioner tertutup.
- b. Kuesioner isian merupakan kuisisioner yang sama dengan kuesioner terbuka.
- c. Check list merupakan kuisisioner dengan sebuah daftar, dimana responden tinggal membubuhkan tanda cocok (√) pada kolom yang sesuai.
- d. Skala bertingkat (*rating-scale*) yang pada umumnya dikenal dengan Skala Likert, yaitu sebuah pertanyaan diikuti oleh kolom-kolom yang menunjukkan tingka-tingkatan, misalnya mulai dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju.

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner langsung tertutup karena jawabannya telah disediakan sehingga responden hanya perlu memilih yang mana yang sesuai dengan mereka, dan dari bentuknya penelitian ini menggunakan skala interval dalam bentuk skala bertingkat (*rating-scale*) yang menunjukkan tingkatan bentuk jawaban mulai dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju. Sangat setuju ditunjukkan dengan skor 5, setuju dengan skor 4, netral dengan skor 3, tidak setuju dengan skor 2, dan sangat tidak setuju dengan skor 1.

Metode yang digunakan untuk pengumpulan data adalah kuisisioner dan pengukurannya menggunakan skala *likert*. Kuesioner dengan skala *likert* meminta responden menjawab suatu pernyataan dengan pilihan alternatif jawaban yang tersedia pada kolom kuesioner. Setiap respons dikaitkan dengan nilai yang berupa angka.

---

<sup>75</sup> Suharsimi Arikunto, Manajemen Penelitian, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2013)

<sup>76</sup> *Ibid*



**Tabel 3.2**

<b>Jawaban</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral/Cukup	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

### **3.4 Variabel Penelitian dan Pengukuran**

#### **3.4.1 Variabel Penelitian**

a. Variabel Independen (Bebas)

Variabel *independen* (bebas) merupakan jenis variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini berupa literasi keuangan (X).<sup>77</sup>

b. Variabel Dependen (Terikat)

Variabel *dependen* (terikat) adalah jenis variabel yang dijelaskan atau yang dipengaruhi oleh variabel independen (X). Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah perilaku pengguna *Shopee Paylater* (Y).<sup>78</sup>

c. Variabel Moderating (M)

Variabel *moderating* atau moderasi merupakan suatu jenis variabel yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan langsung antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Variabel moderating adalah variabel yang mempengaruhi sifat atau arah hubungan antar variabel. Karena sifat atau arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen mungkin positif atau negatif tergantung pada variabel moderasinya, maka disebut juga sebagai variabel kontingensi *contingency variable*.<sup>79</sup>

Dalam penelitian ini *self control* (M) digunakan sebagai variabel *moderating*. Artinya, variabel *self control* mempengaruhi hubungan antara literasi keuangan (X) dan perilaku pengguna *Shopee Paylater* (Y). *Self control* dapat memperkuat atau melemahkan pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku pengguna *Shopee Paylater*.

---

<sup>77</sup> N. Indriantoro dan Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen*, Edisi Pertama, Cet. Ke-6, (Yogyakarta: BPFYogyakarta, 2014)

<sup>78</sup> *Ibid*

<sup>79</sup> L. Liana, "Penggunaan MRA Dengan SPSS Untuk Menguji Pengaruh Variabel Moderating Terhadap Hubungan Antara Variabel Independen Dan Variabel Dependen," *Dinamik* 14, no. 2 (2009): 90–97.

### 3.4.2 Variabel Pengukuran

Pengukuran merupakan suatu proses deduktif. Peneliti memulai dengan suatu kontruksi, konsep, atau ide kemudian menyusun perangkat pengukuran untuk mengamatinya secara empiris.<sup>80</sup>

**Tabel 3.3**

Variabel penelitian	Definisi	Indikator	Skala
Literasi Keuangan (X)	Literasi keuangan didefinisikan oleh Chen dan Volpe sebagai pengetahuan untuk mengelola keuangan. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang maka semakin bijaksana perilaku keuangannya dan semakin efektif pula pengelolaan keuangannya. <sup>81</sup>	a. Pengetahuan Keuangan Dasar ( <i>Basic Financial Knowledge</i> ) b. Simpanan dan Pinjaman ( <i>Saving And Borrowing</i> ) c. Proteksi ( <i>Insurance</i> ) d. Investasi ( <i>Investment</i> ) Chen dan Volpe dalam (Yushita, 2017) <sup>82</sup>	Diukur melalui angket dengan menggunakan skala <i>likert</i>
Perilaku pengguna Shopee Paylater (Y)	Perilaku pengguna atau konsumen menurut Hasan adalah studi tentang proses yang terjadi ketika individu atau kelompok memilih, membeli, memanfaatkan, atau mengatur produk, jasa, ide, atau pengalaman untuk	a. Kemudahan Penggunaan b. Kepercayaan Pengguna c. Manfaat dan Insentif	Diukur melalui angket dengan menggunakan skala <i>likert</i>

<sup>80</sup> Bambang Prasetyo, Lina Miftahul Jannah, Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi, 2012, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada

<sup>81</sup> Suwatno, Waspada, I. P., & Mulyani, H. (2020). Meningkatkan Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Melalui Financial Literacy dan Financial Sel Efficacy. JPAK : Jurnal Pendidikan Akuntansi Dan Keuangan, 8(1), 87–96.

<sup>82</sup> Yushita, A. N. (2017). Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. Nominal, VI(1), 11–26.

	memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. <sup>83</sup>	d. Persepsi Risiko <sup>84</sup>	
<i>Self Control</i> (M)	<i>Self control</i> menurut Ghufron adalah kemampuan mengatur, membimbing, mengatur, dan mengarahkan bentuk perilaku sehingga dapat membawa kearah hasil yang positif. <sup>85</sup>	a. Kemampuan mengontrol perilaku b. Kemampuan mengontrol stimulus c. Kemampuan mengantisipasi suatu peristiwa atau kejadian, d. Kemampuan menafsirkan peristiwa atau kejadian, e. Kemampuan mengambil Keputusan. <sup>86</sup>	Diukur melalui angket dengan menggunakan skala <i>likert</i>

### 3.5 Teknik Analisis Data

Setelah mengumpulkan data dari seluruh responden atau sumber data lainnya, dilakukan analisis data. Kegiatan analisis data meliputi pengelompokan data seluruh responden berdasarkan variabelnya, penyajian data setiap variabel yang dianalisis, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang diajukan.<sup>87</sup>

Metode analisis data menggunakan statistik deskriptif, uji instrumen, uji asumsi klasik dan uji interaksi dengan metode analisis regresi sederhana.

<sup>83</sup> Hasan, Ali. 2013. Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. CAPS (Center For Academic Publishing Service): Yogyakarta

<sup>84</sup> Rossa and Ashfath, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Risiko Dan Keamanan Terhadap Impulse Buying Pengguna SPaylater (Shopee Paylater) Di Jadetabek."

<sup>85</sup> Ghufron. dkk, Teori-teori psikologi (Jpgjakarta. Ar-ruzz media:2010)

<sup>86</sup> *Ibid*

<sup>87</sup> Sugiono. Metode Penelitian Manajemen, Cet. Ketiga, (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2014)

### 3.5.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan data yang dilihat dari rata-rata (*mean*), standar deviasi (*standard deviation*), maksimum dan minimum. *Mean* digunakan untuk menghitung rata-rata ukuran populasi berdasarkan ukuran sampel. Standar deviasi digunakan untuk menghitung dispersi rata-rata sampel. Maksimum dan minimum digunakan untuk melihat nilai minimum dan maksimum populasi. Hal ini diperlukan guna melihat gambaran keseluruhan dari sampel yang telah dikumpulkan dan memenuhi kriteria untuk digunakan sebagai sampel penelitian.

### 3.5.2 Uji Instrumen

#### a. Uji Validitas

Validitas identik dengan akurasi. Jika suatu instrumen pengukuran mengukur apa yang seharusnya diukur, maka pengukur tersebut dikatakan valid. Instrumen yang cakupannya lebih luas atau kurang spesifik dari objek penelitian mempunyai tingkat validitas yang lebih rendah. Suatu instrumen dikatakan valid apabila dapat mengukur secara akurat apa yang diinginkan dan menyediakan data dari variabel-variabel yang diteliti. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan seberapa jauh data yang dikumpulkan tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud.<sup>88</sup>

Item pernyataan dalam penelitian ini diharapkan dapat mengungkapkan dengan tepat variabel yang diukur. Untuk mengukur tingkat validitas item pernyataan kuesioner terhadap tujuan pengukuran adalah dengan melakukan korelasi antara skor item indikator pernyataan dengan skor konstruk.<sup>89</sup>

Uji validitas mengukur apakah pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner benar-benar dapat menilai apa yang dimaksudkan.<sup>90</sup> Dalam penelitian ini, validitas ditentukan dengan menggunakan *Pearson's Correlation Product Moment*, yaitu mengkorelasikan skor setiap item pernyataan dengan skor keseluruhan item pernyataan tersebut. Instrumen dinyatakan valid jika nilai probabilitas  $< 0,05$  ( $\alpha = 5\%$ ).

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menilai suatu kuesioner yang dapat berfungsi sebagai indikator suatu variabel atau konstruk. Uji reliabilitas digunakan untuk menguji seberapa konsisten temuan pengukuran bila diukur dua kali atau lebih untuk gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama. Jika jawaban seseorang

---

<sup>88</sup> N. Indriantoro dan Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen*, Edisi Pertama, Cet. Ke-6, (Yogyakarta: BPFYogyakarta, 2014)

<sup>89</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IMB SPSS 21*, Cet. Ketujuh. (Semarang: Badan Penerbit – Undip, 2013)

<sup>90</sup> Ghazali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi Ke 4)*. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

terhadap suatu pernyataan bersifat konsisten atau stabil dari waktu ke waktu, suatu kuesioner dikatakan reliabel.<sup>91</sup> Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,60$ .

### 3.5.3 Uji Asumsi Klasik

Untuk melakukan uji asumsi klasik, dalam penelitian ini peneliti melakukan uji normalitas, dan uji heteroskedastisitas. Uji multikolonieritas tidak digunakan pada penelitian ini karena masing-masing variabel sudah berbeda dan uji autokorelasi tidak digunakan karena data yang digunakan menggunakan data primer.

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas menentukan apakah variabel independen dan dependen dalam model regresi berdistribusi normal atau mendekati normal. Model regresi yang baik mempunyai distribusi yang normal atau mendekati normal. *Normal Probability Plot* (P-P Plot) digunakan dalam penelitian ini untuk uji normalitas. Gambaran sebaran suatu variabel dikatakan normal apabila titik-titik datanya tersebar pada suatu garis diagonal dan sebaran titik-titik datanya mengikuti garis diagonal tersebut.

#### b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menentukan apakah model regresi mempunyai variansi yang tidak sama antara residual pengamatan yang satu dengan pengamatan yang lain. Jika variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut *homoskedastisitas*, jika berbeda maka disebut *heteroskedastisitas*. *homoskedastisitas* merupakan model regresi yang sangat baik.

Ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* dapat digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya *heteroskedastisitas*. Jika muncul pola maka menunjukkan telah terjadi *heteroskedastisitas*. Namun jika tidak terlihat polanya dan titik-titik pada sumbu Y tersebar di atas dan di bawah angka 0 (nol), maka tidak terjadi *heteroskedastisitas*.

### 3.5.2 Uji Interaksi

Uji Interaksi atau MRA (*Moderated Regression Analysis*) yaitu aplikasi dari regresi linear berganda dimana dalam persamaannya mengandung unsur interaksi (perkalian dua/lebih variabel independen) yang bertujuan untuk mengetahui apakah variabel moderating akan memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.<sup>92</sup> *Moderated Regression Analysis* (MRA) digunakan

---

<sup>91</sup> *Ibid.*

<sup>92</sup> Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

untuk mengetahui apakah variabel *self control* dapat memperkuat atau memperlemah hubungan literasi keuangan terhadap perilaku pengguna *Shopee Paylater*. Hipotesis moderating diterima jika variabel moderasi *self control* mempunyai pengaruh signifikan terhadap perilaku pengguna *Shopee Paylater*.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_1X_2 + e$$

dimana:

a : nilai konstanta

b : nilai koefisien variabel

X1 : variabel independen

X1X2 : variabel moderating (interaksi antara variabel X1 dan X2)

## BAB IV

### ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Deskriptif Objek Penelitian

##### 4.1.1 Shopee

###### 4.1.1.1 Profil

Shopee adalah platform *ecommerce* berbasis di Singapura yang telah mengukuhkan dirinya sebagai salah satu pemimpin pasar di Indonesia. Shopee berhasil menarik perhatian konsumen dengan berbagai metode pemasaran dan inovasi sejak pertama kali bergabung di pasar *ecommerce* Indonesia pada tahun 2015.

**Gambar 4.1**



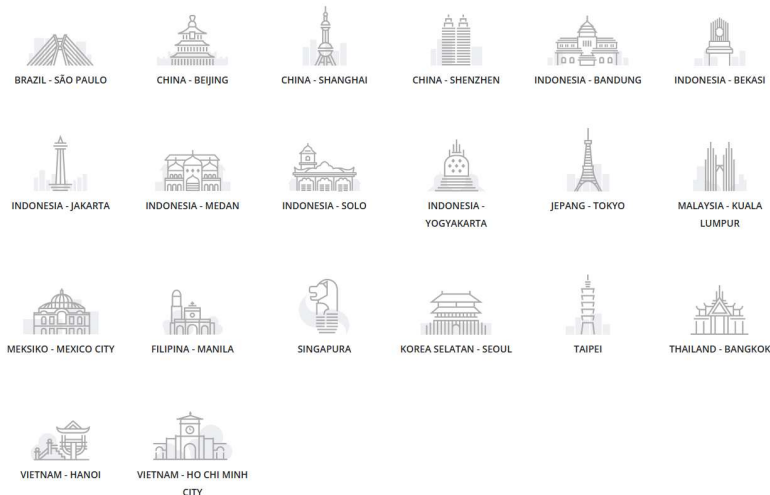
Shopee menawarkan platform berbasis situs web dan aplikasi bagi penjual dan pelanggan untuk bertransaksi secara online. Penjual memasarkan dan menjual produknya di platform Shopee, sementara pelanggan dapat dengan mudah menelusuri produk, membandingkan harga, dan melakukan pembelian. Shopee Indonesia memiliki beragam kategori produk, termasuk fashion, teknologi, kecantikan, dan produk rumah tangga. Shopee juga mengadakan acara dan promosi secara rutin, seperti Shopee 9.9, 10.10, 11.11, dan 12.12, yang semakin populer di kalangan konsumen.

Sebagai platform *ecommerce* modern, Shopee memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan pengalaman pengguna. Opsi pembayaran digital, sistem pengiriman yang efisien, dan bantuan pelanggan online berkontribusi pada posisi kuatnya di pasar Indonesia.

Shopee Indonesia juga memiliki dampak sosial dan ekonomi yang signifikan, menciptakan peluang bisnis bagi penjual lokal dan memberikan produk dengan harga yang kompetitif dan lebih mudah diakses oleh konsumen. Shopee juga memberikan pengalaman belanja online yang komprehensif bagi pengguna Internet di seluruh wilayah, mulai dari beragam pilihan produk hingga komunitas sosial untuk

dieksplorasi dan layanan yang selalu sesuai dengan kebutuhan sehingga konsumen dapat mendapatkannya dengan mudah.

**Gambar 4.2**



*Sumber : <https://careers.shopee.co.id>*

#### **4.1.1.1 Shopee Paylater**

*Shopee Paylater* adalah layanan pembayaran yang ditawarkan oleh platform *ecommerce* terkemuka yang dimiliki oleh Shopee. Dengan pertumbuhan pesat perdagangan elektronik, *Shopee Paylater* hadir sebagai solusi yang memudahkan konsumen untuk berbelanja secara online tanpa harus segera membayar secara penuh.

*Shopee Paylater* merupakan layanan pembayaran yang memungkinkan pengguna untuk melakukan pembelian secara online tanpa membayar pada saat itu juga. Konsepnya mirip dengan layanan kredit atau cicilan, di mana pengguna dapat menikmati produk atau layanan terlebih dahulu dan membayar nanti dalam jangka waktu tertentu.

Untuk menggunakan *Shopee Paylater*, pengguna perlu mengajukan permohonan melalui aplikasi Shopee. Proses pengajuan umumnya cepat dan mudah, dan keputusan persetujuan akan diberikan dalam waktu singkat. Persyaratan pengajuan biasanya melibatkan verifikasi identitas dan informasi keuangan.



**Gambar 4.3**



## **4.1.2 FEBI UIN Walisongo Semarang**

### **4.1.2.1 Latar Belakang Terbentuknya FEBI – IAIN Walisongo**

Kemiskinan, pengangguran, dan meningkatnya kesenjangan ekonomi masih menjadi problem perekonomian. Dalam kajian ekonomi, beberapa usulan pengertian, baik teoritis maupun praktis, dalam teori ekonomi konvensional yang didominasi pemikiran *neoklasik* telah berkembang. Namun, tak mau kalah, permasalahan perekonomian pun semakin kompleks dan maju seiring dengan tersebarnya kajian tersebut. Dengan munculnya pernyataan bahwa teori ekonomi sudah mati, kondisi ini menimbulkan suatu bentuk keputusan terhadap teori ekonomi kapitalistik konvensional.

UIN Walisongo Semarang mempunyai komitmen moral didaktif untuk menawarkan sistem ekonomi syariah (Islam) sebagai landasan perekonomian baru Indonesia guna menggantikan sistem ekonomi konvensional yang gagal membangun perekonomian Indonesia. Syaratnya adalah menyediakan sistem ekonomi dan bisnis Islam yang melampaui konsepsi hingga implementasi guna menjamin ketersediaan sumber daya manusia yang mampu mengubah syariah menjadi ceruk bisnis sistem perekonomian masyarakat.<sup>93</sup>

Pada tanggal 13 Desember 2013, Menteri Agama Republik Indonesia, Dr. Suryadharma Ali meresmikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) di Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang.

<sup>93</sup> <https://febi.walisongo.ac.id/profil-febi-uin-walisongo/>

Beberapa faktor yang mempengaruhi berdirinya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang, antara lain sebagai berikut:

1. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam merupakan jalur pendidikan yang aplikatif dan sangat strategis untuk memenuhi kebutuhan sektor perekonomian khususnya perbankan nasional, serta tantangan ilmu pengetahuan dan perkembangan masyarakat modern saat ini dan masa depan.
2. Selain banyaknya bank syariah baru, beberapa bank konvensional juga banyak membuka layanan syariah. Tentu saja, semakin besarnya semangat masyarakat untuk mendirikan Bank Perkreditan Syariah (BPRS) dan *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) menunjukkan bahwa sistem perbankan syariah mulai diterima dan berpotensi menjadi alternatif sistem perbankan. Hal ini menunjukkan bahwa permintaan spesialis perbankan syariah akan terus meningkat baik saat ini maupun di masa depan.
3. Banyak lulusan Madrasah Aliyah dan SMA yang memilih kuliah di perguruan tinggi negeri karena program studi di perguruan tinggi umum tampak lebih menjanjikan, lebih *marketable*, dan menawarkan peluang kerja yang lebih luas. Kenyataannya, baik lulusan MA maupun SMA merupakan *basic-source* calon mahasiswa. Oleh karena itu, perlu adanya terobosan peluncuran program studi baru di lingkungan Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang yang lebih tepat dan didukung oleh manajemen dan jaringan pemagangan yang profesional.
4. Kehadiran tenaga ahli ekonomi dan perbankan syariah menjadi semakin penting. Hal ini dibuktikan dengan semakin banyaknya bank umum reguler yang menawarkan layanan syariah.
5. IAIN Walisongo terletak di kawasan ekonomi dan industri yang berbatasan dengan beragam industri, unit perusahaan, dan lembaga keuangan. Lokasi ini sangat ideal untuk operasional akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Didirikannya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Walisongo mengembangkan suatu bentuk simbiosis mutualisme antara dunia pendidikan dan dunia usaha.

Sedangkan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang pada dasarnya mempunyai pokok peran terhadap pembangunan ekonomi nasional, yang meliputi:

1. Pertama, sektor lapangan kerja lulusan ekonomi dan bisnis Islam berkembang secara dinamis dari tahun ke tahun.

2. Kedua, fakultas ini secara aktif berkontribusi terhadap pengembangan peraturan perundang-undangan keuangan syariah, khususnya dalam hal muatan etika dan kaidah-kaidah keislaman.
3. Ketiga, keberadaan fakultas ini dapat membantu memenuhi kebutuhan tenaga keuangan syariah yang berakhlak dan berbudi luhur dengan tetap menjaga mental keislaman dan ilmiah yang sesuai. Lulusan fakultas ini mampu menjawab tantangan industri yang spesifik karena memiliki landasan keislaman yang kuat yang menjadi pembeda utama jika dibandingkan dengan kompetitor lainnya. Karakter keislaman tercermin tidak hanya pada muatan keislaman mata kuliah yang ditawarkan, namun juga pada mata kuliah keislaman tertentu. Hal ini didukung oleh mata kuliah yang relevan, seperti menampilkan dan mengembangkan keilmuan manajerial yang sepenuhnya didukung oleh cita-cita Islam di kondisi riil di masyarakat.

#### **4.1.2.2 Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

##### Visi

“Terdepan dalam pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam berbasis kesatuan ilmu pengetahuan untuk kemanusiaan dan peradaban pada tahun 2038”

##### Misi

1. Menyelenggarakan pendidikan ilmu ekonomi dan bisnis Islam yang responsif terhadap kebutuhan masyarakat.
2. Menyelenggarakan penelitian dan pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam teoritik dan aplikatif yang mampu menjawab problematika masyarakat.
3. Menyelenggarakan rekayasa sosial dan pengabdian masyarakat bidang ekonomi dan bisnis Islam.
4. Menggali, mengembangkan dan menerapkan nilai-nilai kearifan lokal bidang ekonomi dan bisnis Islam.
5. Menyelenggarakan kerjasama dengan berbagai lembaga dalam skala regional, nasional dan internasional di bidang pendidikan, penelitian, pengabdian masyarakat dan pengembangan sumber daya.
6. Menyelenggarakan tata pengelolaan kelembagaan profesional berstandar internasional.

## 4.2 Deskripsi Umum Subjek Penelitian

Penelitian ini menggunakan sampel pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang meliputi mahasiswa Ekonomi Islam, Akuntansi Syariah, S1 Perbankan Syariah dan Manajemen angkatan 2020-2022.

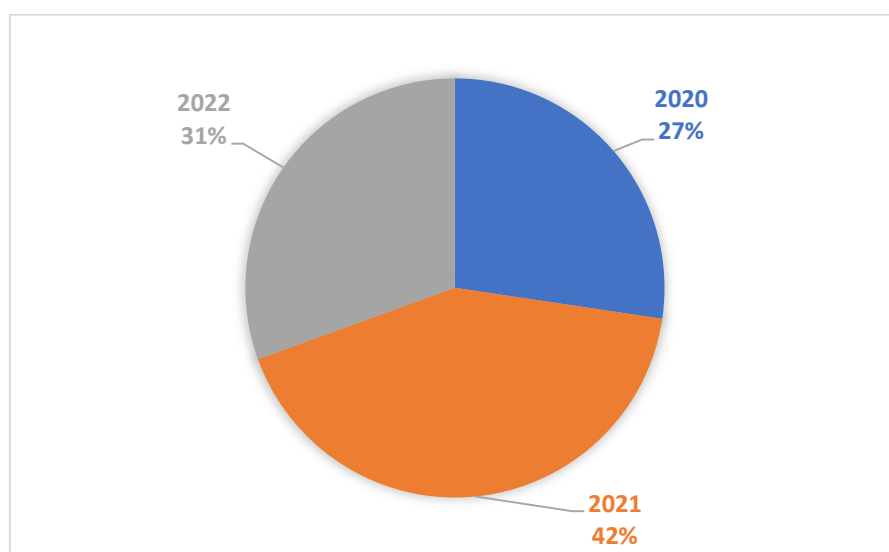
## 4.3 Karakteristik Responden Penelitian

Berdasarkan pada hasil kuesioner yang telah disebar, maka diterima karakteristik responden penelitian sebagai berikut

### 4.3.1 Deskripsi responden berdasarkan angkatan

Berdasarkan hasil kuisioner yang diterima deskripsi responden berdasarkan Sampel angkatan berikut:

**Gambar 4.4**

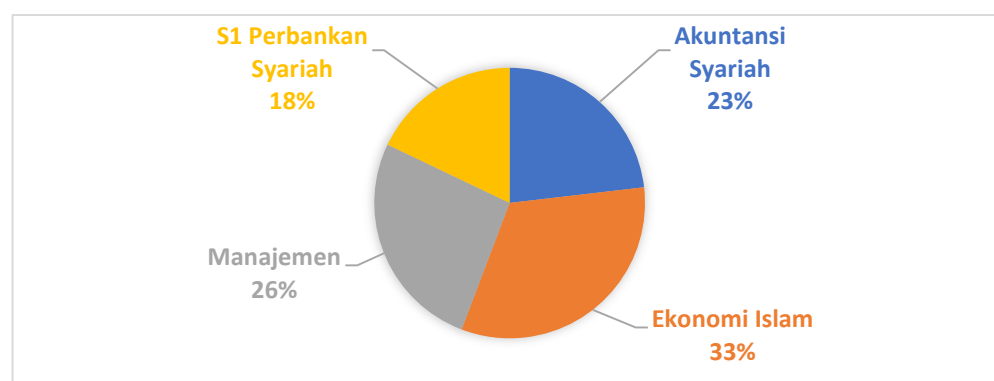


- Angkatan 2020 berjumlah 26 mahasiswa dengan nilai persentase 27%,
- Angkatan 2021 berjumlah 40 mahasiswa dengan nilai persentase 42%,
- Angkatan berjumlah 29 mahasiswa dengan nilai persentase 31%.

### 4.3.2 Deskripsi responden berdasarkan program studi

Berdasarkan hasil kuisioner yang diterima deskripsi responden berdasarkan Sampel program studi berikut:

**Gambar 4.5**



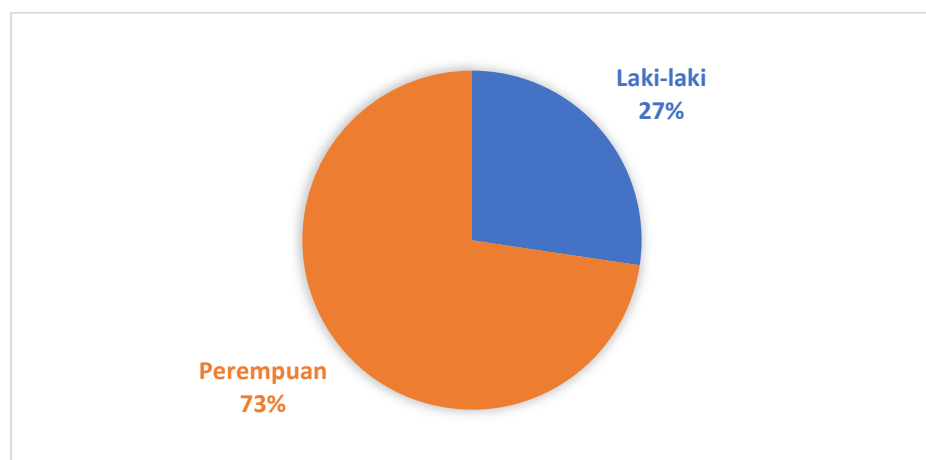
Menurut gambar diatas memaparkan bahwa deskripsi 95 responden mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang menurut sampel tiap Program Studi adalah

- a. S1 Perbankan Syariah berjumlah 17 mahasiswa dengan nilai persentase 18%,
- b. Manajemen berjumlah 25 mahasiswa dengan nilai persentase 26%,
- c. Ekonomi Islam berjumlah 31 mahasiswa dengan nilai persentase 33%,
- d. Akuntansi Syariah berjumlah 22 mahasiswa dengan nilai persentase 23%.

#### 4.3.3 Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan hasil kuisioner yang diterima deskripsi responden berdasarkan Sampel jenis kelamin berikut:

**Gambar 4.6**



Menurut gambar di atas memaparkan bahwa deskripsi 95 responden mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang menurut sampel tiap Program Studi adalah

- a. Laki-laki berjumlah 26 mahasiswa dengan nilai persentase 27%,
- b. Perempuan berjumlah 69 mahasiswa dengan nilai persentase 73%.

#### 4.4 Analisis Deskriptif

**Tabel 4.1**

**Descriptive Statistics**

	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
Literasi Keuangan	95	14	40	31,17	5,441
Perilaku Pengguna Shopee Paylater	95	15	40	28,24	5,991
Self Control	95	10	50	39,38	8,120
Valid N (listwise)	95				

*Sumber : Output SPSS*

Hasil statistik deskriptif variable literasi keuangan (X1), Perilaku Pengguna Shopee Paylater (Y), dan Self Control (M) tertera pada tabel 4.1 diatas. Dari hasil statistik deskriptif dapat diketahui

1. Variabel Literasi Keuangan (X), dari kuesioner yang telah disebar dan jawaban dari 95 responden, dari data tersebut dapat dideskripsikan bahwa nilai minimum 14 sedangkan nilai maksimum sebesar 40 serta rata-rata jawaban sebesar 31,17 dengan standar deviasi sebesar 5,441. Jika responden memiliki skor literasi keuangan mendekati nilai minimum (14), dapat dianggap bahwa literasi keuangannya rendah. Sebaliknya, responden dengan skor literasi keuangan mendekati nilai maksimum (40) dapat dianggap memiliki literasi keuangan tinggi. Maka dapat dikatakan bahwa rata-rata skor literasi keuangan sebesar 31,17 menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada tingkat literasi keuangan yang relatif tinggi. karena nilai rata-rata berada di atas nilai tengah rentang (antara 14 dan 40).
2. Variabel Perilaku Pengguna *Shopee Paylater* (Y), dari kuesioner yang telah disebar dan jawaban dari 95 responden, dari data tersebut dapat dideskripsikan bahwa nilai minimum 15 sedangkan nilai maksimum sebesar 40 serta rata-rata jawaban sebesar 28,24 dengan standar deviasi sebesar 5,991. Responden dengan skor perilaku pengguna mendekati nilai minimum (15) dapat dianggap memiliki perilaku pengguna *Shopee Paylater* yang rendah. Sebaliknya, responden dengan skor perilaku pengguna mendekati nilai maksimum (40) dapat dianggap memiliki perilaku pengguna *Shopee Paylater* yang tinggi. Maka perilaku tersebut cenderung berada pada tingkat yang lebih rendah, karena nilai rata-rata berada di bawah nilai tengah rentang (antara 15 dan 40). Secara umum responden memiliki tingkat perilaku pengguna *Shopee Paylater* yang tidak terlalu tinggi. Rata-rata ini dapat menjadi panduan untuk menilai sejauh mana responden secara keseluruhan aktif menggunakan layanan *Shopee Paylater*.
3. Variabel *self control* (M), dari kuesioner yang telah disebar dan jawaban dari 95 responden, dari data tersebut dapat dideskripsikan bahwa nilai minimum 10 sedangkan nilai maksimum sebesar 50 serta rata-rata jawaban sebesar 39,38 dengan standar deviasi sebesar 8,120. Responden dengan skor *self control* mendekati nilai minimum (10) dapat dianggap memiliki tingkat *self control* yang rendah. Sebaliknya, responden dengan skor *self control* mendekati nilai maksimum (50) dapat dianggap memiliki tingkat *self control* yang tinggi. Rata-rata skor *self control* sebesar 39,38 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat *self control* yang tinggi.

## 4.5 Analisis Data dan Interpretasi Data

### 4.5.1 Uji Validitas

Uji validitas yang digunakan adalah teknik *Pearson's Correlation Product Moment*. Teknik ini menguji setiap instrument dalam penelitian. Dasar acuan untuk pengambilan kesimpulan terletak pada kolom *Corrected Item – Total Correlation* atau biasa disebut dengan  $r$  hitung. Untuk pengambilan kesimpulan dalam uji validitas, dapat membandingkan antara nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ , dimana jika nilai  $r$  hitung  $\geq r$  tabel, maka instrument pertanyaan dapat dianggap valid, begitu juga sebaliknya.

Mengukur hasil uji validitas dengan menggunakan rumus *degree of freedom* yaitu  $df = n - 2$ . Dalam penelitian kali ini menggunakan sample yang berjumlah 95 responden, sehingga  $df = 95 - 2 = 93$  dengan tarif signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Oleh karena itu, diperoleh nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0.2017.

#### a. Uji Validitas Variabel Literasi Keuangan

**Tabel 4.2**

Item	R hitung	R tabel	Keterangan
X.1	0,729	0.2017	Valid
X.2	0,679	0.2017	Valid
X.3	0,748	0.2017	Valid
X.4	0,672	0.2017	Valid
X.5	0,636	0.2017	Valid
X.6	0,653	0.2017	Valid
X.7	0,736	0.2017	Valid
X.8	0,608	0.2017	Valid

*Sumber : Output SPSS*

Seperti yang telah dijelaskan di awal, suatu instrument dapat dikatakan valid apabila nilai  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ . Dapat kita lihat pada Tabel 4.2, untuk variabel X memiliki 8 instrumen pertanyaan dimana semua instrument pertanyaan tersebut valid karena nilai  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ .

#### b. Uji Validitas Variabel Perilaku Pengguna Shopee Paylater

**Tabel 4.3**

Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Y.1	0,786	0.2017	Valid
Y.2	0,806	0.2017	Valid
Y.3	0,768	0.2017	Valid
Y.4	0,739	0.2017	Valid

Y.5	0,799	0.2017	Valid
Y.6	0,743	0.2017	Valid
Y.7	0,318	0.2017	Valid
Y.8	0,388	0.2017	Valid

*Sumber : Output SPSS*

Seperti yang telah dijelaskan di awal, suatu instrument dapat dikatakan valid apabila nilai  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ . Dapat kita lihat pada Tabel 4.3, untuk variabel Y memiliki 8 instrumen pertanyaan dimana semua instrument pertanyaan tersebut valid karena nilai  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ .

c. Uji Validitas Variabel Self Control

**Tabel 4.4**

Item	R hitung	R tabel	Keterangan
M.1	0,787	0.2017	Valid
M.2	0,849	0.2017	Valid
M.3	0,834	0.2017	Valid
M.4	0,722	0.2017	Valid
M.5	0,782	0.2017	Valid
M.6	0,835	0.2017	Valid
M.7	0,836	0.2017	Valid
M.8	0,725	0.2017	Valid
M.9	0,805	0.2017	Valid
M.10	0,615	0.2017	Valid

*Sumber : Output SPSS*

Seperti yang telah dijelaskan di awal, suatu instrument dapat dikatakan valid apabila nilai  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ . Dapat kita lihat pada Tabel 4.4, untuk variabel M memiliki 10 instrumen pertanyaan dimana semua instrument pertanyaan tersebut valid karena nilai  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ .

**4.5.2 Uji Realibilitas**

Setelah dilakukan uji validitas diatas, kemudian melakukan uji reliabilitas untuk mengetahui apakah instrument yang tertera dalam kuesioner bersifat handal atau dapat digunakan secara terus menerus. Dalam uji reliabilitas, untuk menarik kesimpulan melihat pada nilai *Cronbach's Alpha*. Jika nilai *Cronbach's Alpha*  $\geq 0,6$ , maka instrument dapat dikatakan reliabel atau konsisten, begitu juga sebaliknya.



a. Uji Reliabilitas Variabel Literasi Keuangan

**Tabel 4.5**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
,822	8

*Sumber : Output SPSS*

Hasil uji reliabilitas pada Tabel 4.5 menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk variabel X yang terdiri dari 8 pertanyaan sebesar 0,822 dimana nilai ini lebih besar dari 0,6. Sehingga, untuk variabel X dapat dikatakan reliabel.

b. Uji Reliabilitas Variabel Perilaku Pengguna Shopee Paylater

**Tabel 4.6**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
,821	8

*Sumber : Output SPSS*

Hasil uji reliabilitas pada Tabel 4.6 menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk variabel Y yang terdiri dari 8 pertanyaan sebesar 0,821 , dimana nilai ini lebih besar dari 0,6. Sehingga, untuk variabel Y dapat dikatakan reliabel.

c. Uji Reliabilitas Variabel Self Control

**Tabel 4.7**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
,928	10

*Sumber : Output SPSS*

Hasil uji reliabilitas pada Tabel 4.7 menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk variabel M yang terdiri dari 10 pertanyaan sebesar 0,928 , dimana nilai ini lebih besar dari 0,6. Sehingga, untuk variabel M dapat dikatakan reliabel.

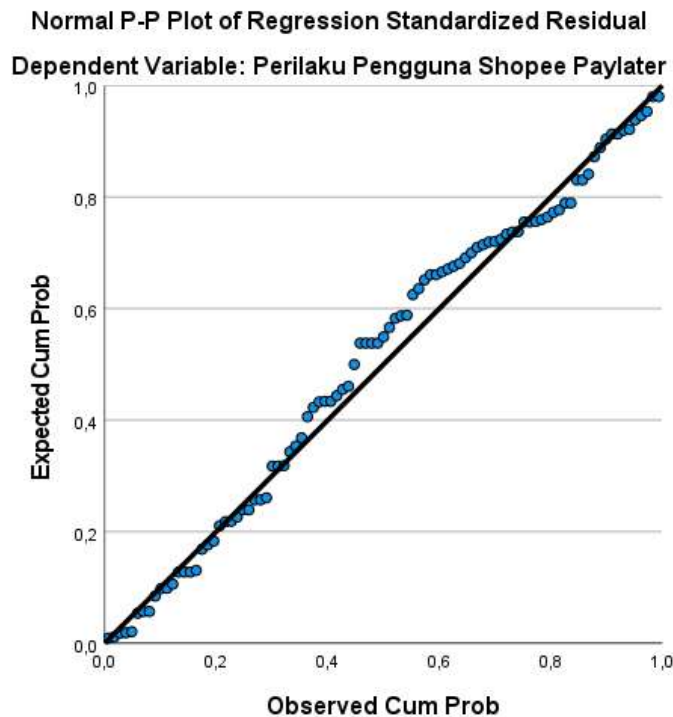
## 4.6 Uji Asumsi Klasik

### 4.6.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan suatu uji yang memiliki tujuan untuk melihat atau menilai apakah data pada sebuah variable berdistribusi normal. Model regresi yang baik dan tepat adalah yang harus berdistribusi normal. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas dengan menggunakan Normality Probability Plot dimana jika titik-titik

(plot) mengikuti garis diagonal, maka data dapat dikatakan telah terdistribusi secara normal dan begitu juga sebaliknya.

**Gambar 4.7**



*Sumber : Output SPSS*

Berdasarkan hasil uji normalitas pada gambar 4.7 diatas, dapat disimpulkan bahwasanya titik titik (plot) yang ada mengikuti garis diagonal. Sehingga, data dapat dikatakan telah terdistribusi dengan normal. Selain menggunakan *Normality Probability Plot*, untuk lebih memastikan data telah terdistribusi dengan normal, dapat dilakukan uji teknik *Sample Kolmogorov-Smirnov*.

**Tabel 4.8**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual	
N		95	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	5,97284836	
Most Extreme Differences	Absolute	,086	
	Positive	,052	
	Negative	-,086	
Test Statistic		,086	
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		,082	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>d</sup>	Sig.	,081	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,074
		Upper Bound	,088

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

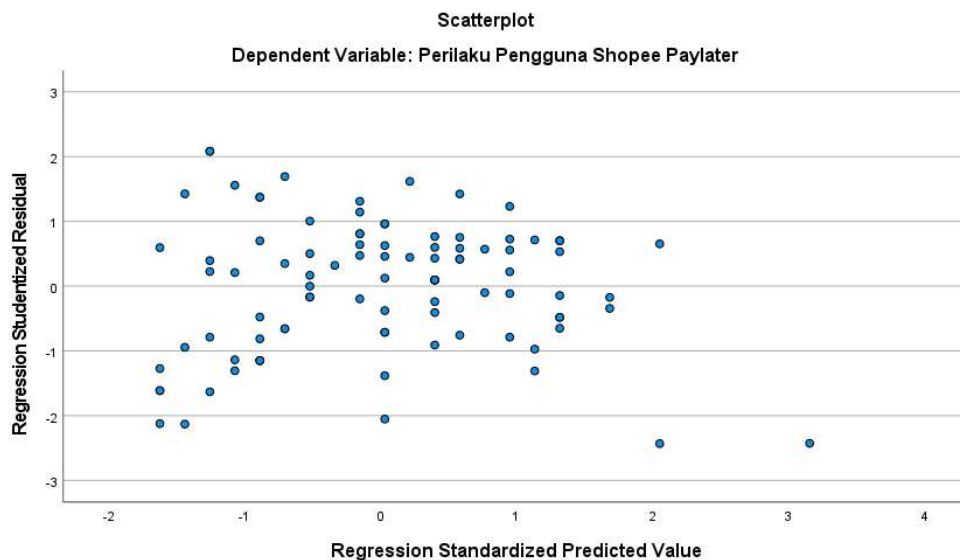
*Sumber : Output SPSS*

Berdasarkan pada tabel 4.8 dapat diketahui bahwa nilai pada *Asymp Sig (2-tailed)* dalam uji normalitas sebesar 0,088 yang berarti nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa keseluruhan data penelitian yang digunakan sebagai sampel penelitian ini telah berdistribusi normal.

#### 4.6.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji perbedaan variance dari reduale suatu periode pengamatan kepada periode pengamatan yang lain. Jika variance dari residual suatu pengamatan kepada pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas, dan apabila berbeda maka disebut Heteroskedastisitas. Dasar pengambilan kesimpulan dalam uji heterokedastisitas adalah titik-titik (plot) menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak terbentuk suatu pola, maka data dapat dikatakan tidak memiliki gejala heterokedastisitas.

**Gambar 4.8**



*Sumber : Output SPSS*

Berdasarkan hasil uji *heterokedastisitas* pada Gambar 4.8 di atas, dapat kita ketahui bahwa titik-titik (plot) yang ada menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak terbentuk suatu pola tertentu. Sehingga, data dapat dikatakan tidak memiliki gejala heterokedastisitas.

## 4.7 Uji Interaksi

### 4.7.1 Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ )

**Tabel 4.9**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,337 <sup>a</sup>	,114	,084	5,732

a. Predictors: (Constant), XM, Self Control, Literasi Keuangan

b. Dependent Variable: Perilaku Pengguna Shopee Paylater

*Sumber : Output SPSS*

Berdasarkan hasil uji *R square* pada Tabel 4.9 di atas, dapat kita lihat bahwa nilai pada *Adjusted R Square* sebesar 0,085 atau 0,08%. Artinya variabel literasi keuangan (X) secara bersama-sama hanya mampu menjelaskan perilaku pengguna *Shopee Paylater* 8,4 %, dan Sisanya 92,6% dipengaruhi oleh variable lain selain penelitian ini.

### 4.7.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

**Tabel 4.10**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	383,074	3	127,691	3,886	,012 <sup>b</sup>
	Residual	2990,357	91	32,861		
	Total	3373,432	94			

a. Dependent Variable: Perilaku Pengguna Shopee Paylater

b. Predictors: (Constant), XM, Self Control, Literasi Keuangan

*Sumber : Output SPSS*

Berdasarkan hasil uji F pada Tabel 4.10 di atas, didapatkan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 3,886, dimana nilai  $3,886 > 3,10$  dan nilai sig sebesar 0,012, dimana nilai  $0,012 < 0,05$ . Artinya literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku pengguna *Shopee Paylater*.

#### 4.7.3 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik T)

Tabel 4.11

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-14,717	14,618		-1,007	,317
	Literasi Keuanga	1,721	,554	1,563	3,106	,003
	Self Control	1,045	,367	1,416	2,845	,005
	XM	-,041	,013	-2,912	-3,235	,002

a. Dependent Variable: Perilaku Pengguna Shopee Paylater

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 4.11 di atas, dapat kita ketahui bahwa pada hasil uji variabel literasi keuangan (X), didapatkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar -3,235, dimana nilai  $3,235 > 1,98589$  dan nilai signifikansi variabel Literasi Keuangan dengan Perilaku Pengguna Shopee Paylater sebesar 0,002 ( $<0,05$ ), maka kesimpulan bahwa variabel *Self Control* mampu memoderasi pengaruh variabel self control terhadap variabel perilaku pengguna shopee paylater.

#### 4.8 Pembahasan Hasil Penelitian

Dari hasil uji analisis statistik menunjukkan hasil dari variabel literasi keuangan memengaruhi perilaku pengguna Shopee Paylater pada generasi Z. Ditunjukkan dengan hasil analisis deskriptif, mengindikasikan bahwa sebagian besar responden memiliki literasi keuangan yang relatif tinggi. Hal ini diperkuat oleh fakta bahwa rata-rata berada di atas nilai tengah yang menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pemahaman yang tinggi mengenai literasi keuangan. Secara umum, responden cenderung memiliki perilaku tidak terlalu aktif menggunakan layanan *Shopee Paylater*. Responden secara umum memiliki tingkat *self control* yang tinggi dan menunjukkan sebagian besar responden memiliki kemampuan untuk mengendalikan diri dalam aspek keuangan mereka. berdasarkan uji t didapatkan hasil nilai  $t_{hitung}$   $3,106 > 1,98589$  dan nilai signifikansi 0,003 ( $<0,05$ ). Nilai  $t_{hitung}$  penelitian ini positif yang menandakan adanya hubungan satu arah antara variabel literasi keuangandengan perilaku pengguna Shopee Paylater. Sehingga apabila literasi keuangan naik maka perilaku penngguna Shopee Paylater akan naik pula, berlaku sebaliknya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Isma Laily Rahmawati (2021), diperoleh hasil bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat masyarakat muslim di wilayah kabupaten Tegal untuk menggunakan *ewallet*.

Melalui uji interaksi menunjukkan bahwa *self control* berperan sebagai variabel moderating dalam hubungan antara literasi keuangan dan perilaku pengguna *Shopee Paylater*. Dibuktikan dengan hasil uji t, didapatkan nilai thitung sebesar -3,235, dimana nilai  $3,235 > 1,98589$  dan nilai signifikansi variabel Literasi Keuangan dengan Perilaku Pengguna *Shopee Paylater* sebesar 0,002 ( $< 0,05$ ). Berarti terdapat pengaruh *self control* terhadap perilaku pengguna *Shopee Paylater* pada generasi Z mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang. Arah hubungan yang terjadi antara variabel *self control* dan perilaku pengguna *Shopee Paylater* yaitu arah berlawanan yang ditandai dengan simbol (-). Sehingga dapat disimpulkan bahwa jika *self control* yang dimiliki oleh mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang naik maka akan menurunkan perilaku pengguna *Shopee Paylater*, begitupula sebaliknya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Zaki Muhammad yang menemukan bahwa ada korelasi negatif antara variabel kontrol diri dan perilaku berhutang pada ASN Pekanbaru.<sup>94</sup>

Dengan kata lain, pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku pengguna *Shopee Paylater* dapat berbeda-beda tergantung pada tingkat *self control* yang dimiliki oleh individu. Hasil ini menunjukkan literasi keuangan dapat mempengaruhi perilaku pengguna *Shopee Paylater*, dan pengaruh ini dapat dimoderasi oleh tingkat *self control*. Individu dengan literasi keuangan yang tinggi dan *self control* yang tinggi akan memiliki kecenderungan untuk menggunakan *Shopee Paylater* dengan bijak, membuat keputusan berdasarkan pemahaman mendalam tentang implikasi keuangan jangka panjang, dan mampu mengendalikan diri untuk tidak terlibat dalam pengeluaran yang tidak perlu. Akan tetapi individu dengan literasi keuangan yang tinggi namun dengan *self control* yang rendah, Meskipun memiliki pengetahuan keuangan yang baik, mungkin cenderung tergoda untuk menggunakan *Shopee Paylater* secara *impulsif*, karena kesulitan mengendalikan dorongan instan untuk berbelanja.

Penemuan bahwa *self control* memoderasi hubungan antara literasi keuangan dan perilaku pengguna *Shopee Paylater* menunjukkan faktor psikologis yang memainkan peran kunci dalam cara individu menggunakan layanan keuangan. *Self control* menjadi penting untuk menjadi pengendali untuk mencegah perilaku pengguna yang impulsif dan melakukan

---

<sup>94</sup> Zaki Muhammad Alhan, "Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Berhutang Pada ASN Pekanbaru" (Universitas Islam Riau, 2020)

pengeluaran yang tidak perlu. Sehingga dapat lebih ditekankan untuk mencapai perilaku pengguna *Shopee Paylater* yang bijak, penting untuk tidak hanya meningkatkan literasi keuangan tetapi juga mengembangkan *self control*. Pengguna yang memiliki literasi keuangan tinggi dan *self control* yang baik akan membuat keputusan yang lebih bijak dan dapat mengendalikan perilaku keuangan mereka.

Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan kompleksitas hubungan antara literasi keuangan, *self control*, dan perilaku pengguna *Shopee Paylater*, dengan menyoroti pentingnya tidak hanya memiliki pengetahuan keuangan yang baik tetapi juga kemampuan untuk mengendalikan diri (*self control*) dalam pengambilan keputusan keuangan.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi “Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pengguna Shopee Paylater: Studi Kasus Pada Gen-Z FEBI UIN Walisongo Semarang Dengan *Self Control* Sebagai Variabel Moderating” berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan penelitian maka dapat ditarik beberapa kesimpulan.

1. Dari hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memiliki tingkat literasi keuangan yang relatif tinggi, Temuan ini menggambarkan bahwa mahasiswa memiliki pemahaman yang cukup baik mengenai aspek-aspek keuangan. Meskipun literasi keuangan hanya dapat menjelaskan sebagian kecil dari variasi perilaku pengguna Shopee Paylater (sekitar 8,4%), namun signifikansinya mengindikasikan bahwa literasi keuangan berkontribusi secara positif terhadap perilaku pengguna tersebut. Meskipun masih ada faktor-faktor lain yang turut memengaruhi perilaku pengguna, seperti yang dicerminkan dalam sisanya yang tidak dijelaskan oleh literasi keuangan, temuan ini memberikan dasar kuat bahwa pemahaman yang baik tentang literasi keuangan dapat mempengaruhi cara mahasiswa menggunakan Shopee Paylater. Dengan demikian, peningkatan literasi keuangan di kalangan mahasiswa dapat memberikan dampak positif terhadap pengambilan keputusan keuangan terkait penggunaan Shopee Paylater.
2. Ditemukan bahwa *self control* berperan sebagai faktor kunci yang memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku pengguna Shopee Paylater pada mahasiswa generasi Z Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang. Temuan penelitian menegaskan bahwa *self control* memiliki dampak signifikan dalam mengatur hubungan antara literasi keuangan dan perilaku pengguna Shopee Paylater. Secara khusus, individu yang memiliki tingkat literasi keuangan tinggi dan *self control* yang baik cenderung membuat keputusan yang lebih bijak dalam menggunakan layanan Shopee Paylater. Hasil ini menyiratkan bahwa pemahaman yang baik tentang literasi keuangan saja tidak cukup untuk membentuk perilaku pengguna yang bijak terkait Shopee Paylater. *Self control* menjadi variabel kritis yang mempengaruhi bagaimana literasi keuangan dapat diimplementasikan dalam pengambilan keputusan sehari-hari terkait keuangan dan penggunaan Shopee Paylater. Temuan bahwa individu dengan literasi keuangan tinggi tetapi *self control* rendah cenderung tergoda untuk menggunakan layanan tersebut secara impulsif memberikan wawasan yang berharga. Dengan demikian, untuk mencapai perilaku pengguna Shopee Paylater yang optimal, perlu ditekankan bahwa peningkatan literasi keuangan harus disertai dengan pengembangan *self control*. Pengguna yang



memiliki literasi keuangan tinggi dan kemampuan untuk mengendalikan diri dengan baik akan lebih mungkin membuat keputusan finansial yang bijak, mengurangi risiko penggunaan Shopee Paylater yang tidak terencana atau impulsif.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, pastinya tidak luput dari kekurangan di dalamnya. Maka dari itu peneliti mengajukan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya :

1. Pada penelitian selanjutnya, untuk mendapatkan populasi dan sampel yang lebih beragam dan meyakinkan sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan meyakinkan. Selain itu, variabel seperti usia dan pendapatan dapat ditambahkan.
2. Pada penelitian selanjutnya, ruang lingkup penelitian bisa lebih luas, seperti mahasiswa UIN Walisongo Semarang bahkan mahasiswa se-Indonesia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahannya dengan transliterasi, Departemen Agama RI, Semarang: PT. Karya Toha Putra,t.t.
- Anggelina, Jessvita J.P. dan Edwin Japarianto. (2014). Analisis Pengaruh Sikap, Subjective Norm Dan Perceived Behavioral Control Terhadap Purchase Intention Pelanggan SOGO Department Store Di Tunjungan Plaza Surabaya. 2, no. 1: 1–7.
- Anisah, N., & Crisnata, H. (2021). Analisis Tingkat Literasi Keuangan Pengguna Fintech Payment OVO. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Dewantara*, 4, 47-60.
- Antonio, Muhammad Syafi'I. (2011). *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani Press).
- Arikunto, Suharsimi. (2013). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- \_\_\_\_\_. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Asja, H., Susanti, S., & Fauzi, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Paylater: Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen (Jakman)*, 4, 309-325. doi:<https://doi.org/10.35912/jakman.v2i4.495>
- Averill. (1973). Personal Control Over Aversive Stimuli And Its Relationship To Stress. *Psychological Bulletin*. Vol. 80, No. 4, 286-303
- Braunstein, Sandra, and Carolyn Welch. (2002). *Financial Literacy: An Overview of Practice, Research*
- Bungin, M. B., (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Prenada Kencana Group,
- Darmawati, Lusi Endang Sri et al., (2023). The Effect of Financial Literacy and Self-Control on Students' Consumptive Behavior. *Muhasabatuna : Jurnal Akuntansi Syariah* 5, no. 1: 013–020.
- Emmons, William. (2005). Consumer-Finance Myths and Other Obstacles to Financial Literacy. *St. Louis University Public Law Review*, 24: 335–362.
- Marbun, Eunike Maretta. (2016). Analisis Perbedaan Tingkat Financial Literacy Dan Financial Behavior Mahasiswa Baru Universitas Sumatera Utara. *Skripsi Sarjana Tidal Diterbitkan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara Medan*.
- Fariana, R. E., Surindra, B., & Arifin, Z. (2021). The Influence of Financial Literacy, Lifestyle and Self-Control on the Consumption Behavior of Economic Education Student. *International Journal of Research and Review*, 8(8), 496–503. <https://doi.org/10.52403/ijrr.20210867>

- Fatimah, N., & Susanti. (2018). Pengaruh Pembelajaran Akuntansi Keuangan, Literasi Keuangan, Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Gresik. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 6(1), 48–57
- Fatmawati, E. (2015). Technology Acceptance Model (Tam) Untuk Menganalisis Penerimaan Terhadap Sistem Informasi Perpustakaan. *Journal Iqra"*, 09, 1-13.
- Fox, Jonathan, Suzanne Bartholomae, and Jinkook Lee. (2005). Building the Case for Financial Education. *Journal of Consumer Affairs*, 39 (Summer): 195–214.
- Ghofur, Ruslan Abdul. (2015). Konstruksi Akad Dalam Pengembangan Produk Perbankan Syariah Di Indonesia. Vol. XII No. 3
- Ghozali, Imam. (2006). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi Ke 4). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- \_\_\_\_\_. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IMB SPSS 21, Cet. Ketujuh. (Semarang: Badan Penerbit – Undip,)
- Ghufro, M. N. & Rini R. S. (2012). Teori-Teori Psikologi. Jogjakarta : Ar- Ruzz Media.
- Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike Di Kota Medan. *Jurnal Bisnis Administrasi*, 6(1), 37–43.
- Hardika, Revan Eria Bintang and Anam Miftakhul Huda. (2021). Pengalaman Pengguna Paylater Mahasiswa Di Surabaya. *Commercium* 4: 19–32.
- Hasan, Ali. (2013). Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. CAPS (Center For Academic Publishing Service): Yogyakarta
- Ilahi, Rahmat, dkk. (2020). Analisis Strategi PT Bank BRI Tbk Dalam Menghadapi Financial Technology,” *Jurnal Akuntansi* 9, no. 1: 90–102.
- Indriantoro, N. dan Supomo, (2014). Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen, Edisi Pertama, Cet. Ke-6, (Yogyakarta: BPFY Yogyakarta)
- Insani, K. F. R. (2022). Pengaruh Konformitas dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online di Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2017 UIN Malang.
- Irianto, I. D. (2006). Gaya Hidup Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur. Surabaya: Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.
- Khofifa, A., Wahyuni, I., & Subaida, I. (2022). Pengaruh Financial Technology Terhadap Perilaku Keuangan Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Abdurachman Saleh Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 1, 540-554.

- Krisnawati, Luh Regita Eka Pratiwi and Astrie. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Financial Self-Efficacy Pada Usia Produktif Di Kabupaten Buleleng, Bali. *Jurnal Mitra Manajemen* 4, no. 2: 171–183.
- L. Remund, David. (2010). Financial Literacy Explicated: The Case for a Clearer Definition in an Increasingly Complex Economy. *Journal of Consumer Affairs* 44, no. 2: 276–295.
- Li, M., Tan, M., Wang, S., Li, J., Zhang, G., & Zhong, Y. (2021). The Effect of Preceding Self-Control on Green Consumption Behavior: The Moderating Role of Moral Elevation. *Psychology Research and Behavior Management*, 14, 2169–2180. <https://doi.org/10.2147/PRBM.S341786>
- Liana, L. (2009). Penggunaan MRA Dengan SPSS Untuk Menguji Pengaruh Variabel Moderating Terhadap Hubungan Antara Variabel Independen Dan Variabel Dependen. *Dinamik* 14, no. 2: 90–97.
- Lins, S., Bottequin, E., Dóka, Á., Golasa, A., Hylander, F., Merchán, A., Odabašić, A., & Pavlović, S. (2013). To Think, to Feel, to Have: The Effects of Need for Cognition, Hedonism and Materialism on Impulse Buying Tendencies in Adolescents. *Journal of European Psychology Students*, 4(2) 25., <https://doi.org/10.5334/jeps.bh>
- Marpaung, O. (2021). Pengaruh Pengetahuan Penggunaan Fintech (OVO dan GOPAY) Terhadap Literasi Keuangan. *Jurnal Akuntansi & Perpajakan*, 2, 77-85.
- Marsela, R. D., & Supriatna, M. (2019). Kontrol Diri : Definisi dan Faktor. *Journal of Innovative Counseling*, 3(2), 65–69.
- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Prastiwi, I. E., & Fitria, T. N. (2021). *Konsep Paylater Online Shopping dalam Pandangan Ekonomi Islam*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam.
- Prastiwi, Iin Emy and Tira Nur Fitria, (2021). Konsep Paylater Online Shopping Dalam Pandangan Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 1 (March 17): 425.
- Purwanto, Eko. (2019). Analisis Literasi Keuangan, Faktor Demografi, Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa, (Banyumas: Sasanti Institute).
- Putri, Namira Maulida Eka and Sonja Andarini. (2022). Pengaruh Self Control Dan Financial Attitude Terhadap Financial Management Behavior (Studi Pengguna Shopee Paylater Di Kota Surabaya). *Jeam* 21, no. 1: 60–74.
- Qurniawati, Rina Sari, Waluyo, Yulfan Arif Nurohman. (2022). “BUY NOW, PAY LATER: APAKAH PAYLATER MEMPENGARUHI PEMBELIAN IMPULSIF GENERASI MUDA MUSLIM?” *15*, no. 3: 319–338.

- Rachdianti, Yuniar. (2011). Hubungan antara Self Control dengan Intensitas Penggunaan Internet Remaja Akhir. Skripsi, tidak diterbitkan. Jakarta: Fakultas Psikologi Universitas Islam
- Rahmawati, Gina and Elly Mirati. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Pada Generasi Millennial. *Jurnal Multidisiplin Madani* 2, no. 5: 2415–2430.
- Rhine, Sherrie, and Maude Toussaint-Comeau. (2002). Adult Preferences in the Delivery of Personal Financial Information. *Financial Counseling and Planning*, 13 (2): 11–25.
- Rossa, Adela and Fathir Ashfath. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Risiko Dan Keamanan Terhadap Impulse Buying Pengguna SPaylater (Shopee Paylater) Di Jadetabek,” *Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen*: 1–15. <http://prosiding-old.pnj.ac.id/index.php/snampnj/article/view/5518>.
- Sampouw, C. P., & Wulandari, A. (2020). Proses Pengambilan Keputusan dalam Situs Belanja Online "Shopee" sebagai Pemenuhan Kebutuhan Konsumen. *JCommSci (Journal Of Media and Communication Science)*, 03, 58-69.
- Sari, Rahmatika. (2021). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce Di Indonesia Rahmatika Sari. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi* 7, no. 1: 44.
- Strömbäck, C., T. Lind, K. Skagerlund, D. Västfjäll, dan G. Tinghög. (2017). Does self control predict financial behavior and financial well-being? *Journal of Behavioral and Experimental Finance* 14: 30–38
- Sugiono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*, Cet. Ketiga, (Bandung: Penerbit Alfabeta)
- \_\_\_\_\_. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Bandung: Alfabeta
- \_\_\_\_\_. (2016). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta
- Suwatno, Waspada, I. P., & Mulyani, H. (2020). Meningkatkan Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Melalui Financial Literacy dan Financial Self Efficacy. *JPAK : Jurnal Pendidikan Akuntansi Dan Keuangan*, 8(1), 87–96.
- Yogatama, Leo Agung Manggala. (2013). Analisis Pengaruh Attitude , Subjective Norm , Dan Perceived Behavior Control Terhadap Intensi Penggunaan Helm Saat Mengendarai Motor Pada Remaja Dan Dewasa Muda Di Jakarta Selatan. *Proceeding PESAT* 5: 8–9.
- Yushita, A. N. (2017). Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Nominal*, VI(1), 11–26
- “Apa Itu Shopee Paylater Beli Sekarang Bayar Nanti?,” accessed April 12, 2023, <https://fintex.id/apa-itu-shopee-paylater/>.

- “Bagaimana Hukum Belanja Menggunakan Paylater? Ini Kata Dosen UM Surabaya | Universitas Muhammadiyah Surabaya,” accessed December 25, 2023, <https://www.um-surabaya.ac.id/article/bagaimana-hukum-belanja-menggunakan-paylater-ini-kata-dosen-um-surabaya>.
- “Ini Cara Kredit Di Shopee? Aktifkan Shopee Paylater Sekarang!,” accessed April 12, 2023, <https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/cara-menggunakan-shopeepaylater-di-shopee/>.
- “Ini Pertumbuhan Pengunjung Shopee Sampai Kuartal II 2022,” accessed April 12, 2023, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/21/ini-pertumbuhan-pengunjung-shopee-sampai-kuartal-ii-2022>.
- “Literasi Keuangan: Pengertian, Tingkatan, Dan Pentingnya,” accessed April 12, 2023, <https://www.ocbcnisp.com/id/article/2021/07/15/literasi-keuangan>.
- “Otoritas Jasa Keuangan,” accessed August 5, 2023, [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)
- “Profil FEBI UIN Walisongo Semarang,” accessed May 20, 2023, <https://febi.walisongo.ac.id/profil-febi-uin-walisongo/>
- “Tentang Shopee - Karir | Shopee Indonesia,” accessed May 21, 2023, <https://careers.shopee.co.id/about>.

## **LAMPIRAN**

## Lampiran 1.1 Angket Kuesioner Penelitian

### KUESIONER PENELITIAN

#### PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU PENGGUNA SHOPEE

#### PAYLATER: STUDI KASUS PADA GEN-Z FEBI UIN WALISONGO SEMARANG DENGAN SELF CONTROL SEBAGAI VARIABEL MODERATING

Saya Wahyu Budi Utomo dari mahasiswa prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pengguna Shopee Paylater: Studi Kasus Pada Gen-Z FEBI UIN Walisongo Dengan Self Control Sebagai Variabel Moderating". Saya sangat mengharapkan kesediaan anda untuk mengisi kuesioner ini dengan jujur sesuai dengan apa yang dialami dan dirasakan.

Dengan Kriteria

1. Mahasiswa FEBI 2020-2022
2. Memakai layanan Shopee Paylater

Hasil dari kuisisioner ini sepenuhnya akan digunakan untuk kepentingan penelitian dan jawaban dari responden akan terjamin kerahasiaannya. Mengingat keberhasilan penelitian ini akan sangat bergantung pada kelengkapan jawaban, dimohon dengan sangat agar jawaban di isi dengan lengkap. Kejujuran serta kesungguhan anda dalam mengisi kuisisioner ini akan sangat berarti bagi saya dan sangat saya hargai. Atas ketersediaan dan kerjasamanya, saya ucapkan terimakasih. Semoga segala urusan teman-teman semua dimudahkan oleh Allah SWT.

Hormat Saya,

Wahyu Budi Utomo



## I. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. NIM :
4. Program Studi :
5. Anglatan :

## II. PENILAIAN KUESIONER

### A. Pentunjuk Pengisian

1. Saudara/Saudari dimohon untuk mengisi kuesioner untuk menjawab seluruh pertanyaan atau pernyataan yang telah disediakan.
2. Berilah tanda centang (✓) pada kolom yang tersedia dan pilih sesuai dengan tanggapan Anda
3. Dalam menjawab kuesioner ini, tidak ada jawaban yang salah. Oleh karena itu, usahakan agar tidak ada jawaban yang dikosongkan
4. Jawaban yang tersedia berupa Skala Likert yaitu 1 - 5 yang memiliki arti sebagai berikut:

NO	Jawaban	Nilai
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2	Tidak Setuju (TS)	2
3	Netral (N)	3
4	Setuju (S)	4
5	Sangat Setuju (SS)	5

## PERNYATAAN

### Literasi Keuangan (X)

No	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
Pengetahuan Keuangan Dasar (Basic Financial Knowledge)						
1	Saya tahu bagaimana menghitung rasio utang terhadap pendapatan					
2	Saya dapat menjelaskan perbedaan antara aset dan kewajiban					
Simpanan dan Pinjaman (Saving And Borrowing)						
3	Saya memiliki rencana jangka panjang untuk tabungan saya.					
4	Saya mempertimbangkan bunga dan biaya lainnya sebelum mengambil pinjaman					
Proteksi (Insurance)						
5	Saya memahami pentingnya memiliki asuransi					
6	Saya memiliki asuransi untuk melindungi diri saya dan keluarga dimasa yang akan datang					
Investasi (investment)						
7	Saya mengerti perbedaan antara saham dan obligasi					
8	Saya sudah mulai melakukan investasi (seperti investasi saham, obligasi, emas, reksadana)					

Perilaku Pengguna Shopee Paylater (Y)

No	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
<b>Kemudahan Penggunaan</b>						
1	Saya merasa Shopee PayLater mudah digunakan					
2	Saya merasa waktu yang diperlukan untuk mendapatkan keputusan pinjaman di shopee paylater cukup cepat					
<b>Kepercayaan Pengguna</b>						
3	Saya merasa bahwa Shopee PayLater memiliki langkah-langkah keamanan yang memadai untuk melindungi data pribadi dan finansial					
4	Saya yakin Shopee Paylater memberikan informasi yang akurat tentang layanan mereka					
<b>Manfaat dan Insentif</b>						
5	Saya merasa bahwa Shopee PayLater memberikan saya fleksibilitas dalam memilih metode pembayaran					
6	Saya tertarik untuk menggunakan Shopee PayLater karena diskon khusus yang ditawarkan					
<b>Persepsi Risiko</b>						
7	Saya merasa sulit memprediksi total pengeluaran dikarenakan adanya biaya tambahan ketika menggunakan shopee paylater					
8	Ketika menggunakan shopee paylater saya akan menjadi lebih konsumtif					

Self Control (Z)

No	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
Kemampuan mengontrol perilaku						
1	Saya cermat dalam mengelola pengeluaran sehari-hari					
2	Saya mampu memprioritaskan pengeluaran saya berdasarkan kebutuhan dan bukan keinginan					
Kemampuan mengontrol stimulus						
3	Saya mampu menahan diri untuk tidak melakukan pembelian impulsif					
4	Saya mampu menahan diri untuk tidak membeli barang yang tidak perlu meskipun ada diskon besar-besaran					
Kemampuan mengantisipasi suatu peristiwa atau kejadian						
5	Saya merencanakan anggaran keuangan bulanan					
6	Saya memiliki rencana cadangan keuangan untuk menghadapi kejadian tak terduga seperti pengeluaran darurat					
Kemampuan menafsirkan peristiwa atau kejadian						
7	Saya mampu memahami dampak jangka panjang dari keputusan keuangan yang saya buat saat ini					
8	Saya dapat mengidentifikasi dampak perubahan ekonomi terhadap kondisi keuangan saya					
Kemampuan mengambil keputusan						
9	Saya cenderung menimbang-nimbang kebutuhan dan keinginan sebelum membeli sesuatu					
10	Saya memutuskan untuk melakukan pembelian setelah mengetahui deskripsi suatu produk					

## Lampiran 1.2 Jawaban Kuesioner Penelitian

### Literasi Keuangan (X)

Nomor Responden	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	X
1	5	5	5	4	5	5	4	5	38
2	4	4	5	5	5	5	5	3	36
3	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	5	5	5	3	3	3	1	29
6	3	3	3	3	4	3	3	2	24
7	5	5	5	5	4	4	5	3	36
8	3	2	5	4	5	4	3	5	31
9	4	4	5	5	5	5	4	3	35
10	4	4	3	3	4	2	3	3	26
11	3	4	4	5	5	2	4	3	30
12	3	4	4	5	4	2	4	2	28
13	4	4	5	5	4	4	4	4	34
14	4	4	3	4	4	4	4	2	29
15	4	4	5	5	5	5	4	4	36
16	4	5	4	4	4	2	4	2	29
17	5	5	5	5	4	4	5	4	37
18	4	4	5	5	5	5	4	4	36
19	3	5	3	4	3	3	5	3	29
20	3	4	5	4	4	5	4	3	32
21	4	4	4	4	4	4	4	3	31
22	4	4	4	4	4	4	4	3	31
23	5	5	5	5	5	5	5	5	40
24	3	4	4	3	4	2	4	3	27
25	3	3	4	4	4	3	4	3	28
26	5	4	4	4	4	4	5	4	34
27	2	3	3	3	3	3	3	2	22
28	4	4	4	5	4	3	4	4	32
29	4	4	4	5	5	4	5	4	35
30	5	5	5	5	5	3	5	4	37
31	2	3	4	4	4	2	4	3	26
32	3	3	4	4	4	1	3	3	25
33	5	5	5	5	5	4	5	5	39
34	3	3	3	4	4	2	3	3	25
35	5	5	5	5	5	4	5	4	38
36	4	3	4	4	4	3	3	3	28

37	4	4	4	4	4	3	5	3	31
38	4	4	4	4	5	3	5	3	32
39	4	4	4	5	5	3	5	4	34
40	3	4	4	4	4	3	4	3	29
41	3	4	4	5	4	3	3	3	29
42	4	4	5	5	5	5	5	3	36
43	4	4	3	4	4	4	4	2	29
44	4	4	4	4	4	4	4	4	32
45	4	4	4	4	4	4	4	3	31
46	4	4	5	5	4	4	4	4	34
47	4	4	5	5	5	5	5	3	36
48	4	5	5	5	5	5	4	5	38
49	2	1	1	1	1	1	2	5	14
50	5	2	2	1	1	1	3	5	20
51	4	3	3	4	2	1	5	2	24
52	5	5	5	5	5	4	4	4	37
53	4	4	5	4	4	5	3	2	31
54	5	5	5	4	5	5	4	5	38
55	4	4	4	3	4	5	3	2	29
56	3	4	4	2	4	5	1	1	24
57	5	5	4	5	5	5	4	4	37
58	3	3	4	4	5	2	4	1	26
59	5	5	5	5	5	5	5	5	40
60	3	4	4	5	4	5	4	2	31
61	3	2	2	3	4	5	3	2	24
62	5	5	5	5	5	5	5	4	39
63	3	4	4	3	4	5	2	1	26
64	4	5	5	4	5	2	4	2	31
65	3	4	4	5	5	5	3	3	32
66	4	4	5	4	4	5	4	4	34
67	4	4	5	5	5	5	4	2	34
68	2	4	5	4	5	1	3	2	26
69	5	2	4	3	5	4	2	1	26
70	3	5	3	5	5	1	1	1	24
71	2	4	4	5	5	4	3	2	29
72	4	5	5	5	5	1	2	1	28
73	4	4	4	5	4	4	4	4	33

74	5	5	5	5	5	3	5	2	35
75	4	4	4	3	5	5	3	3	31
76	3	4	4	1	4	5	3	1	25
77	2	3	4	5	4	1	2	1	22
78	5	4	5	5	5	2	3	1	30
79	2	4	4	3	5	4	1	1	24
80	5	5	5	5	5	5	4	4	38
81	5	4	3	4	4	5	2	1	28
82	5	5	5	5	5	5	5	4	39
83	3	3	4	5	5	4	2	2	28
84	2	4	4	4	3	1	1	1	20
85	5	5	5	4	5	5	4	5	38
86	4	4	5	5	5	5	5	3	36
87	5	5	5	5	5	5	5	5	40
88	4	4	4	4	4	4	4	4	32
89	4	5	5	5	3	3	3	1	29
90	3	3	3	3	4	3	3	2	24
91	5	5	5	5	4	4	5	3	36
92	2	4	5	4	4	4	2	2	27
93	3	2	5	4	5	4	3	5	31
94	5	5	5	5	5	5	5	5	40
95	4	4	5	5	5	5	4	3	35

Perilaku Pengguna Shopee Paylater (Y)

Nomor Responden	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y
1	5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	3	3	4	4	3	1	2	1	21
3	3	1	1	1	1	1	5	5	18
4	5	5	3	4	4	4	4	4	33
5	4	3	3	3	4	3	4	5	29
6	3	3	3	3	3	4	3	4	26
7	5	5	5	5	5	3	5	3	36
8	4	5	4	4	3	4	5	5	34
9	3	3	3	3	3	2	4	3	24
10	4	3	3	4	4	4	3	3	28
11	5	5	5	5	5	5	4	4	38
12	3	3	2	2	4	1	4	5	24

13	4	3	3	4	4	2	3	4	27
14	4	4	4	3	4	4	4	2	29
15	2	3	4	4	3	2	4	3	25
16	3	4	4	4	3	2	2	1	23
17	5	5	5	5	5	5	4	3	37
18	4	4	4	4	4	4	4	4	32
19	4	3	4	4	3	3	3	3	27
20	3	3	3	3	3	4	5	3	27
21	2	2	2	4	4	3	4	3	24
22	2	2	2	2	2	2	2	2	16
23	3	3	3	3	3	1	1	3	20
24	4	3	4	5	4	5	4	3	32
25	5	4	5	5	5	5	4	4	37
26	4	4	4	4	4	4	3	2	29
27	3	3	4	4	4	3	3	3	27
28	5	5	5	5	5	4	3	4	36
29	4	4	4	4	4	4	3	3	30
30	4	3	4	4	4	4	3	3	29
31	5	5	5	5	5	5	3	3	36
32	4	1	3	4	5	2	2	2	23
33	5	5	5	5	5	5	3	3	36
34	3	2	3	3	4	2	1	3	21
35	4	4	4	4	5	4	3	2	30
36	4	3	3	4	5	5	3	4	31
37	5	4	4	5	5	2	2	2	29
38	5	5	5	5	5	4	3	3	35
39	5	5	4	3	4	3	4	3	31
40	5	4	4	4	4	4	3	3	31
41	3	3	3	3	4	4	3	3	26
42	3	3	4	5	4	1	2	1	23
43	4	4	4	3	4	4	4	2	29
44	5	4	3	4	4	4	4	4	32
45	2	2	2	4	4	3	4	3	24
46	4	3	3	4	4	2	3	4	27
47	3	3	4	4	3	1	2	1	21
48	3	1	1	1	1	1	5	5	18
49	1	3	2	2	2	1	4	1	16
50	1	1	2	2	2	1	4	2	15
51	4	5	3	3	3	2	4	4	28



52	4	2	2	2	3	2	3	3	21
53	3	2	4	4	5	4	4	5	31
54	4	4	3	3	3	5	4	3	29
55	5	4	3	4	4	5	3	5	33
56	4	3	3	4	5	5	3	5	32
57	2	1	2	2	3	4	3	3	20
58	2	3	2	2	2	5	3	5	24
59	2	3	1	2	1	2	2	2	15
60	3	2	2	2	3	2	3	3	20
61	5	4	3	4	4	5	3	5	33
62	2	1	2	2	1	2	1	4	15
63	5	4	3	4	5	5	3	4	33
64	3	2	3	4	4	5	2	3	26
65	4	3	3	4	5	4	3	5	31
66	3	3	3	3	4	5	3	4	28
67	4	4	4	4	5	5	3	5	34
68	3	4	4	2	4	5	5	5	32
69	3	4	3	3	5	5	3	4	30
70	2	2	2	2	4	5	3	5	25
71	4	4	4	3	4	5	3	5	32
72	5	3	4	4	4	5	4	4	33
73	5	3	4	4	4	4	3	3	30
74	5	5	5	5	5	5	5	3	38
75	3	4	4	5	4	5	2	5	32
76	4	4	4	4	5	5	2	5	33
77	4	3	3	4	5	5	1	3	28
78	2	3	3	4	5	5	5	4	31
79	4	4	4	4	5	5	2	5	33
80	2	2	3	3	2	4	3	4	23
81	5	3	4	4	4	5	2	4	31
82	2	3	2	2	2	4	3	4	22
83	3	4	4	3	5	5	3	5	32
84	5	4	3	4	5	5	3	4	33
85	5	5	5	5	5	5	5	5	40
86	3	3	4	4	3	1	2	1	21
87	3	1	1	1	1	1	5	5	18
88	5	5	3	4	4	4	4	4	33
89	4	3	3	3	4	3	4	5	29

90	3	3	3	3	3	4	3	4	26
91	5	5	5	5	5	3	5	3	36
92	4	4	3	3	4	2	4	4	28
93	4	5	4	4	3	4	5	5	34
94	3	4	5	4	4	5	2	4	31
95	3	3	3	3	3	2	4	3	24

Self Control (Z)

Nomor Responden	Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5	Z.6	Z.7	Z.8	Z.9	Z.10	Z
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	5	5	3	3	5	5	3	4	5	42
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
7	3	4	3	5	5	4	5	5	5	5	44
8	4	5	5	3	2	4	4	5	4	4	40
9	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	43
10	4	4	5	4	3	3	3	2	4	4	36
11	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	40
12	2	2	3	4	4	2	4	4	4	4	33
13	4	4	4	5	3	4	4	4	5	5	42
14	4	3	4	3	3	4	4	3	5	5	38
15	4	5	5	3	4	4	4	4	5	5	43
16	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	46
17	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	46
18	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
19	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	45
20	1	3	3	5	5	5	5	5	3	5	40
21	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5	38
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
23	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	48
24	4	3	3	4	3	3	3	2	4	4	33
25	3	3	3	3	4	4	3	2	4	5	34
26	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	40
27	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	37
28	3	3	3	3	4	4	3	4	3	5	35
29	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	39

30	4	4	4	4	3	4	3	3	4	5	38
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
32	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	38
33	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	48
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
35	5	5	5	5	5	4	4	3	4	5	45
36	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	33
37	4	4	4	4	3	3	4	4	3	5	38
38	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
39	4	4	4	4	2	3	3	3	3	3	33
40	4	4	4	4	2	2	4	2	4	4	34
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
42	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	48
43	4	3	4	3	3	4	4	3	4	5	37
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
45	4	4	4	4	4	3	3	3	5	5	39
46	4	4	4	5	3	4	5	4	5	5	43
47	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	47
48	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	48
49	3	4	4	4	3	3	2	2	2	2	29
50	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
51	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	13
52	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	45
53	4	3	2	1	3	3	4	3	3	5	31
54	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	46
55	3	2	1	2	2	3	2	2	4	5	26
56	3	2	2	2	4	3	4	4	3	5	32
57	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	47
58	4	5	4	5	5	4	4	5	3	5	44
59	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	48
60	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	43
61	3	2	2	2	3	2	4	4	3	5	30
62	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	45
63	3	2	3	1	4	2	4	4	4	4	31
64	4	4	3	3	4	4	5	5	5	5	42
65	3	2	2	2	4	4	4	4	5	5	35
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
67	3	2	4	1	4	4	5	4	4	5	36

68	3	4	4	2	4	5	5	4	3	4	38
69	4	3	2	2	2	2	3	2	2	3	25
70	5	4	4	5	4	3	4	4	5	4	42
71	3	2	2	3	5	5	4	4	4	4	36
72	2	2	3	2	2	2	4	5	5	5	32
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
74	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
75	5	4	4	3	3	3	4	5	5	4	40
76	3	2	2	2	3	3	3	3	4	5	30
77	3	3	2	1	3	4	4	4	2	5	31
78	3	1	2	4	2	4	4	3	3	5	31
79	2	2	2	1	3	3	3	4	2	4	26
80	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	46
81	4	4	2	2	3	4	3	4	2	5	33
82	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	48
83	3	2	2	2	4	4	5	5	2	4	33
84	1	1	2	2	3	1	2	2	2	5	21
85	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
86	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
87	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
89	4	5	5	3	3	5	5	3	4	5	42
90	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
91	3	4	3	5	5	4	5	5	5	5	44
92	2	3	4	4	2	2	4	2	4	4	31
93	4	5	5	3	2	4	4	5	4	4	40
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
95	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	43

### Lampiran 1.3 Hasil Output Pengujian SPSS Versi 27

#### Uji Statistik Deskriptif

	Descriptive Statistics				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Literasi Keuangan	95	14	40	31,17	5,441
Perilaku Pengguna Shopee Paylater	95	15	40	28,24	5,991
Self Control	95	10	50	39,38	8,120
Valid N (listwise)	95				

#### Uji Validitas

##### Literasi Keuangan

		Correlations								Literasi Keuanga
		X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	
X.1	Pearson Correlation	1	,528**	,404**	,331**	,275**	,402**	,573**	,453**	,729**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,001	,007	,000	,000	,000	,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X.2	Pearson Correlation	,528**	1	,589**	,549**	,416**	,302**	,414**	,136	,679**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,003	,000	,188	,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X.3	Pearson Correlation	,404**	,589**	1	,629**	,630**	,427**	,378**	,237*	,748**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,021	,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95

X.4	Pearson Correlation	,331**	,549**	,629**	1	,549**	,194	,460**	,184	,672**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000		,000	,060	,000	,075	,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X.5	Pearson Correlation	,275**	,416**	,630**	,549**	1	,439**	,238*	,138	,636**
	Sig. (2-tailed)	,007	,000	,000	,000		,000	,020	,182	,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X.6	Pearson Correlation	,402**	,302**	,427**	,194	,439**	1	,297**	,316**	,653**
	Sig. (2-tailed)	,000	,003	,000	,060	,000		,003	,002	,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X.7	Pearson Correlation	,573**	,414**	,378**	,460**	,238*	,297**	1	,565**	,736**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,020	,003		,000	,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X.8	Pearson Correlation	,453**	,136	,237*	,184	,138	,316**	,565**	1	,608**
	Sig. (2-tailed)	,000	,188	,021	,075	,182	,002	,000		,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Literasi Keuanga	Pearson Correlation	,729**	,679**	,748**	,672**	,636**	,653**	,736**	,608**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Perilaku Pengguna Shopee Paylater

		Correlations								Perilaku Pengguna Shopee Paylater
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	
Y.1	Pearson Correlation	1	,676**	,608**	,626**	,618**	,411**	,152	,177	,786**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,141	,086	,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Y.2	Pearson Correlation	,676**	1	,731**	,620**	,553**	,460**	,230*	,093	,806**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,025	,372	,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Y.3	Pearson Correlation	,608**	,731**	1	,815**	,665**	,427**	,047	-,092	,768**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,649	,374	,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Y.4	Pearson Correlation	,626**	,620**	,815**	1	,742**	,409**	-,048	-,117	,739**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,644	,257	,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Y.5	Pearson Correlation	,618**	,553**	,665**	,742**	1	,580**	-,005	,133	,799**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,963	,198	,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95

Y.6	Pearson Correlation	,411**	,460**	,427**	,409**	,580**	1	,077	,446**	,743**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,460	,000	,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Y.7	Pearson Correlation	,152	,230*	,047	-,048	-,005	,077	1	,304**	,318**
	Sig. (2-tailed)	,141	,025	,649	,644	,963	,460		,003	,002
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Y.8	Pearson Correlation	,177	,093	-,092	-,117	,133	,446**	,304**	1	,388**
	Sig. (2-tailed)	,086	,372	,374	,257	,198	,000	,003		,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Perilaku Pengguna Shopee Paylater	Pearson Correlation	,786**	,806**	,768**	,739**	,799**	,743**	,318**	,388**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,002	,000	
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Self Control

### Correlations

		M.1	M.2	M.3	M.4	M.5	M.6	M.7	M.8	M.9	M.10	Self Control
M.1	Pearson Correlation	1	,787**	,723**	,527**	,518**	,616**	,536**	,404**	,615**	,378**	,787**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
M.2	Pearson Correlation	,787**	1	,856**	,664**	,520**	,697**	,579**	,474**	,592**	,346**	,849**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,001	,000



	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
M.3	Pearson Correlation	,723**	,856**	1	,667**	,513**	,634**	,605**	,423**	,643**	,333**	,834**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,001	,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
M.4	Pearson Correlation	,527**	,664**	,667**	1	,528**	,505**	,446**	,360**	,567**	,218*	,722**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,034	,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
M.5	Pearson Correlation	,518**	,520**	,513**	,528**	1	,692**	,677**	,622**	,556**	,500**	,782**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
M.6	Pearson Correlation	,616**	,697**	,634**	,505**	,692**	1	,724**	,606**	,551**	,508**	,835**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
M.7	Pearson Correlation	,536**	,579**	,605**	,446**	,677**	,724**	1	,758**	,664**	,607**	,836**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
M.8	Pearson Correlation	,404**	,474**	,423**	,360**	,622**	,606**	,758**	1	,545**	,527**	,725**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
M.9	Pearson Correlation	,615**	,592**	,643**	,567**	,556**	,551**	,664**	,545**	1	,570**	,805**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95

M.10	Pearson	,378**	,346**	,333**	,218*	,500**	,508**	,607**	,527**	,570**	1	,615**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,001	,034	,000	,000	,000	,000	,000		,000
N		95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Self Control	Pearson	,787**	,849**	,834**	,722**	,782**	,835**	,836**	,725**	,805**	,615**	1
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
N		95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Uji Realibilitas

#### Literasi Keuangan

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,822	8

#### Perilaku Pengguna Shopee Paylater

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,821	8

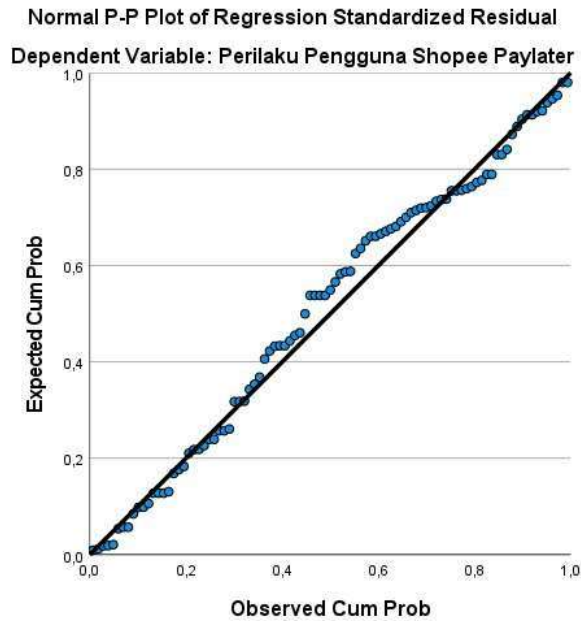
#### Self Control

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,928	10

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

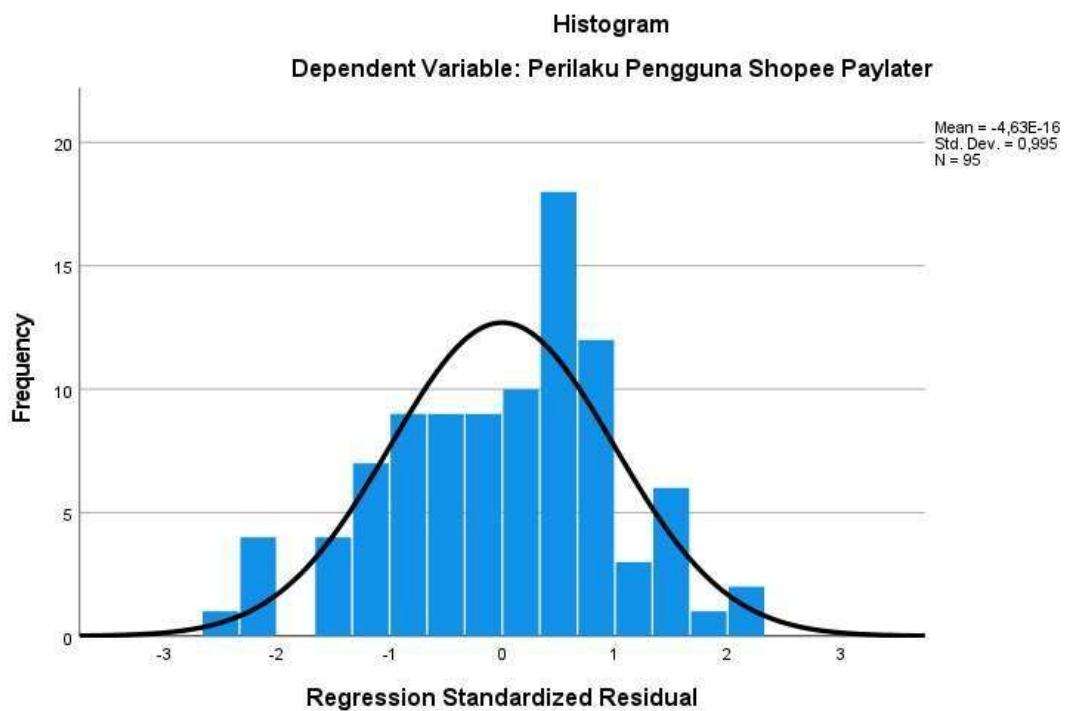
Unstandardized

Residual

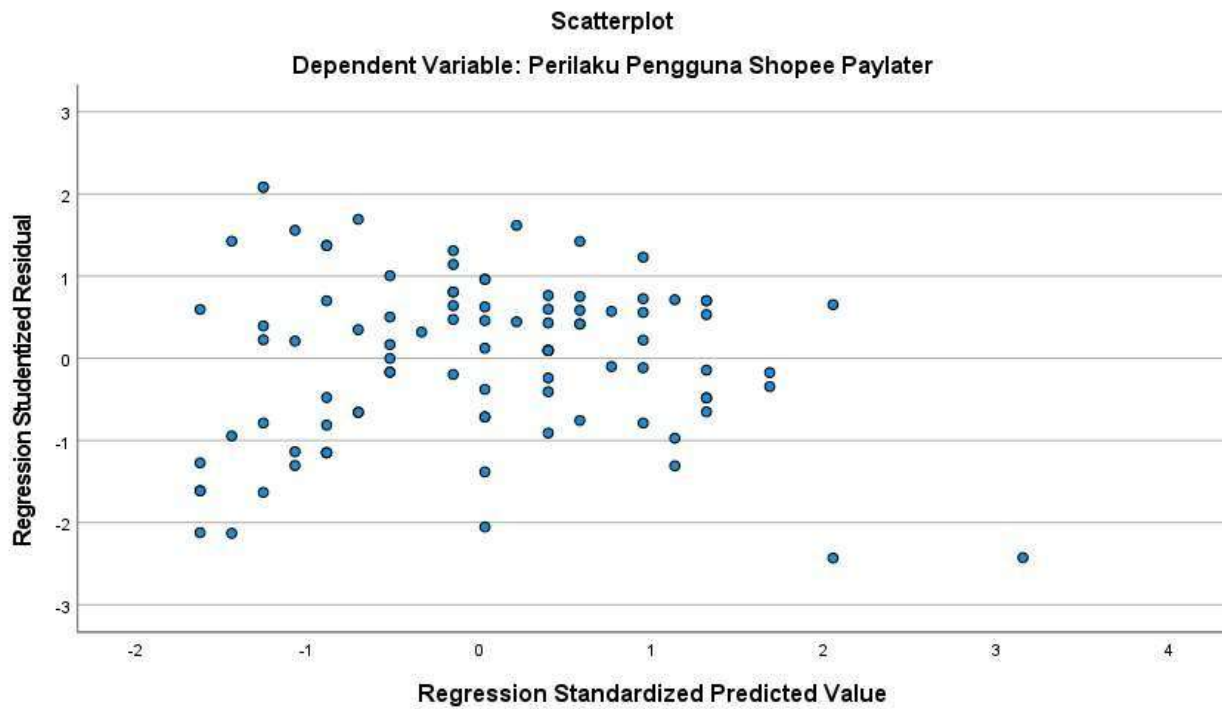
<u>N</u>		<u>95</u>
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	<u>Mean</u>	<u>,0000000</u>
	<u>Std. Deviation</u>	<u>5,97284836</u>
Most Extreme Differences	<u>Absolute</u>	<u>,086</u>
	<u>Positive</u>	<u>,052</u>
	<u>Negative</u>	<u>-,086</u>
<u>Test Statistic</u>		<u>,086</u>
<u>Asymp. Sig. (2-tailed)<sup>c</sup></u>		<u>,082</u>

Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>d</sup>	<u>Sig.</u>		<u>,081</u>
	99% Confidence Interval	<u>Lower Bound</u>	<u>,074</u>
		<u>Upper Bound</u>	<u>,088</u>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.



Uji Heteroskedastisitas



Uji Interaksi

Uji Koefisiensi Determinan ( $R^2$ )

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,337 <sup>a</sup>	,114	,084	5,732

a. Predictors: (Constant), XM, Self Control, Literasi Keuangan b. Dependent Variable: Perilaku Pengguna Shopee Paylater

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	383,074	3	127,691	3,886	,012 <sup>b</sup>
	Residual	2990,357	91	32,861		
	Total	3373,432	94			

a. Dependent Variable: Perilaku Pengguna Shopee Paylater b. Predictors: (Constant), XM, Self Control, Literasi Keuangan

Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik T)

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-14,717	14,618		-1,007	,317
	Literasi Keuanga	1,721	,554	1,563	3,106	,003
	Self Control	1,045	,367	1,416	2,845	,005
	XM	-,041	,013	-2,912	-3,235	,002

a. Dependent Variable: Perilaku Pengguna Shopee Paylater

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Bahwa yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Wahyu Budi Utomo  
Tempat, Tanggal Lahir : Blora, 3 Mei 2000  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Email : wahyu.budyutomo@gmail.com  
Alamat Rumah : Ds. Jeruk, RT/RW 2/2, Kec. Randublatung, Kab. Blora, Jawa Tengah

### Pendidikan Formal

1. TK : TK Pertiwi Jeruk
2. SD/MI : SD Negeri 2 Jeruk
3. SMP/MTS : SMP Negeri 2 Randublatung
4. SMA/MA/SMK : SMK Negeri 1 Jati
5. Perguruan Tinggi : UIN Walisongo Semarang
  - a. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
  - b. Jurusan : Ekonomi Islam

### Riwayat Organisasi

1. Forum Studi Hukum Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang (ForSHEI)
2. Himpunan Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang (HMJ)
3. Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia Rayon Ekonomi (PMII)
4. Dewan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (DEMA FEBI)
5. Walisongo TV
6. Ikatan Mahasiswa dan Pelajar Blora (IMPARA)
7. Youth Rangers Indonesia

Moto Hidup : “Melangkah maju dengan percaya diri“

Demikian riwayat hidup ini, saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan bagaimana mestinya.

Semarang, 27 Desember 2023

Hormat Saya,

Wahyu Budi Utomo