

**ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN SHOPEE PAYLATER
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA
DI KOTA PADANG**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Memenuhi Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh:

Cindy Delvira

NIM.21060057/2021

PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN

DEPARTEMEN ILMU EKONOMI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2025

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

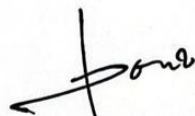
**ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN SHOPEE PAYLATER TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DI KOTA PADANG**

Nama : Cindhy Delvira
NIM/TM : 21060057/2021
Departemen : Ilmu Ekonomi
Keahlian : Ekonomi Moneter
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Padang, Agustus 2025

Mengetahui,
Ketua Departemen Ilmu Ekonomi,

Disetujui dan Disahkan oleh
Pembimbing,



Dr. Novva Zulva Riani, S.E., M.Si
NIP. 19711104 200501 2 001



Dr. Ariusni, SE., M.Si
NIP. 19770309 200801 2 011

HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

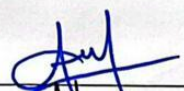
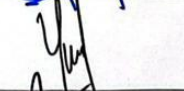
**ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN SHOPEE PAYLATER TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DI KOTA PADANG**

*Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi
Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Negeri Padang*

Nama : Cindhy Delvira
NIM/TM : 21060057/2021
Departemen : Ilmu Ekonomi
Keahlian : Ekonomi Moneter
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Padang, Agustus 2025

Tim Penguji :

No	Jabatan	Nama	Tanda Tangan
1	Ketua	: Dr. Ariusni SE.,M.Si	1. 
2	Anggota	: Yewiwati SE.,ME	2. 
3	Anggota	: Dr. Doni Satria, SE., M.S.E.	3. 

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Cindhy Delvira
NIM/Tahun Masuk : 21060057/2021
Tempat, Tanggal Lahir : Padang, 15 September 2003
Jurusan : Ilmu Ekonomi
Keahlian : Ekonomi Moneter
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Alamat : Maransi Indah, Kel. Dadok Tungul Hitam, Kec. Koto Tengah, Kota Padang, Sumatera Barat
No.HP/Telepon : 089524246521
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Padang

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis/skripsi saya ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik (sarjana), baik di UNP maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis/skripsi ini murni gagasan, rumusan dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Dalam karya tulis/skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang telah ditulis atau dipublikasikan kecuali secara eksplisit dicantumkan dalam daftar Pustaka.
4. Karya tulis/skripsi ini sah apabila telah ditandatangani asli oleh Tim Pembimbing, Tim Penguji dan Kepala Departemen.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena karya tulis/skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Padang, Agustus 2025



Cindhy Delvira
NIM: 21060057

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan Shopee PayLater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Padang. Shopee PayLater merupakan salah satu metode pembayaran dengan sistem beli sekarang bayar nanti. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif asosiatif. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara online melalui media sosial dan mendapatkan 116 responden mahasiswa di Kota Padang yang pernah menggunakan Shopee PayLater. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 31.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan seluruh variabel independen berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Secara parsial, variabel penggunaan Shopee Paylater, jumlah uang saku, jenis barang yang dibeli, status pekerjaan, status tempat tinggal, dan jenis kelamin berpengaruh signifikan, sedangkan variabel sumber uang saku dan harga tidak berpengaruh signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh penggunaan Shopee PayLater itu sendiri, tetapi juga oleh faktor sosial, ekonomi, dan karakteristik individu.

Kata Kunci: Shopee PayLater, Perilaku Konsumtif, Mahasiswa, E-commerce, Kota Padang

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, karena dengan berkah dan limpahan rahmat serta hidayah-Nya penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam tidak lupa kita kirimkan kepada Nabi Muhammad SAW yang senantiasa istiqomah dalam menjalankan ajarannya kepada umatnya. Atas izin dan kehendak Allah SWT penulis telah menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Analisis Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Padang". Penulis menyadari bahwa selesainya penulisan skripsi ini atas izin Allah SWT sebagai pemegang kendali. Penulis juga sadar bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sehingga kendala-kendala yang dihadapi tersebut dapat diatasi, semua ini tidak terlepas dari do'a dan dukungan segenap keluarga besar yang selalu percaya bahwa segala sesuatu yang dilakukan dengan ikhlas dan tulus akan membuahkan hasil yang maksimal. Untuk itu pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Teristimewa, rasa hormat dan terima kasih yang tak terhingga penulis persembahkan kepada orang tua tercinta, Ibu Devi Susanti dan Ayah Isral, yang selalu menjadi sumber kekuatan dan cahaya dalam setiap langkah. Doa-doa tulus yang selalu dikirimkan serta pengorbanan tanpa batas dari seorang Ibu adalah alasan utama penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Dan juga kepada seluruh keluarga besar yang senantiasa memberi dukungan moril dan semangat.
2. Ibu Dr. Ariusni, SE., M.Si selaku dosen pembimbing akademik sekaligus pembimbing skripsi penulis, yang telah dengan sabar meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga untuk membimbing serta memberikan arahan yang sangat berarti. Terima kasih atas kesabaran, ilmu, dan bimbingan yang begitu terarah sehingga membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
3. Ibu Yeniwati, S.E., M.E., selaku dosen penguji I, penulis mengucapkan terima kasih atas ilmu, masukan, dan saran berharga yang sangat membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

4. Bapak Dr. Doni Satria, SE., M.S.E., selaku dosen penguji II, penulis mengucapkan terimakasih atas waktu serta masukan berharga dalam proses ujian dan penyempurnaan skripsi ini.
5. Bapak Prof. Perengki Susanto, SE, M.Sc, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang beserta Pimpinan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
6. Ibu Dr. Novya Zulva Riani, SE. M.Si selaku Ketua Departemen Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
7. Bapak dan Ibu Dosen departemen Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan studi serta penulisan skripsi ini.
8. Kakak Asma Lidya, Amd selaku Admin Departemen Ilmu Ekonomi yang telah membantu penulis dalam berbagai hal pengurusan administrasi.
9. Terimakasih kepada sahabat-sahabat penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu telah mendengarkan segala keluh kesah dan memberikan semangat dalam penyelesaian skripsi ini.

Masih banyak pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan namanya, oleh karena itu penulis memohon maaf dan semoga bantuan, bimbingan, masukan serta arahan yang telah diberikan kepada peneliti mendapatkan pahala dan balasan dari Allah SWT. Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, dan untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak demi kesempurnaan dari skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini nantinya dapat bermanfaat bagi kita semua. Akhir kata peneliti mengucapkan terima kasih.

Padang, Agustus 2025



Cindhy Delvira

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
A. Landasan Teori	12
1. Teori perilaku konsumen.....	12
2. Perilaku Konsumtif.....	15
3. Shopee Paylater	21
B. Penelitian Terdahulu.....	22
C. Kerangka Pemikiran	24
D. Hipotesis Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
A. Jenis Penelitian	29
B. Populasi dan Sampel	29
C. Tempat dan Waktu Penelitian	32
D. Teknik Pengumpulan Data	32
E. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel	33
F. Uji Instrumen Penelitian	38
G. Teknik Analisis Data	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	47
B. Hasil Penelitian.....	50
C. Pembahasan	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	73
A. Kesimpulan.....	73

B. Keterbatasan Penelitian.	74
C. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN.....	79

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Jumlah Responden Setiap kampus.....	31
Tabel 3. 2 Definisi operasional dan pengukuran variabel.....	37
Tabel 3. 3 Hasil Pengujian Validitas.....	39
Tabel 3. 4 Hasil Pengujian Reabilitas	41
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan kampus	47
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan	48
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	49
Tabel 4. 5 karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Deskriptif	51
Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Perilaku Konsumtif.....	51
Tabel 4. 8 Hasil Statistik Deskriptif	52
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian Multikolinearitas di coefisien	55
Tabel 4. 10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	56
Tabel 4. 11 Uji t	60
Tabel 4. 12 ANOVA	61
Tabel 4. 13 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Penggunaan paylater di Indonesia	1
Gambar 1. 2 Jumlah pengguna paylater di Indonesia menurut kelompok usia	2
Gambar 1. 3 Jumlah pengunjung Marketplace terbanyak di Indonesia (Februari 2025)	4
Gambar 1. 4 Jumlah mahasiswa pengguna e-commerce dan layanan paylater di Kota Padang	5
 Gambar 2. 1 Kerangka pemikiran	 25
 Gambar 4. 1 Hasil pengujian normalitas dengan variabel perilaku konsumtif sebagai variabel dependen menggunakan P-P Plot.....	 54
Gambar 4. 2 Grafik Scatterplot	56

DAFTAR LAMPIRAN

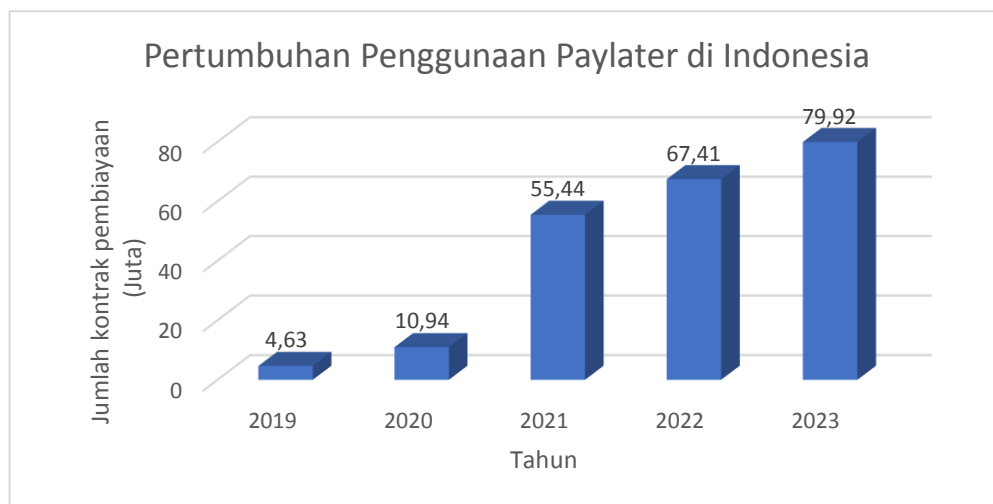
Lampiran 1. Kuesioner Survei Awal.....	79
Lampiran 2. Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Survei awal	81
Lampiran 3. Kuesioner Validitas dan Reabilitas.....	83
Lampiran 4. Tabulasi Data Jawaban Kuesioner Validitas dan Reabilitas	88
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas Variabel Y (Perilaku Konsumtif)	88
Lampiran 6. Hasil Uji Reabilitas Variabel Y (Perilaku Konsumtif).....	90
Lampiran 7. Kuesioner Penelitian.....	91
Lampiran 8. Tabulasi Jawaban Kuesioner Penelitian	100
Lampiran 9. Karakteristik Responden.....	100
Lampiran 10. Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Y (Perilaku Konsumtif)..	102
Lampiran 11. Hasil Uji Statistik Variabel X.....	105
Lampiran 12. Hasil Uji Normalitas	107
Lampiran 13. Hasil Uji Multikolinearitas	107
Lampiran 14. Hasil Uji Heterokedastisitas	108
Lampiran 15. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	108
Lampiran 16. Hasil Uji Sinifikansi dan Determinasi	109
Lampiran 17. Bukti Penyebaran Kuesioner	110

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam hal berbelanja. Munculnya platform e-commerce semakin memudahkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, baik kebutuhan primer maupun sekunder. Selain itu, inovasi layanan pembayaran digital seperti PayLater menjadi salah satu fitur yang ditawarkan untuk menarik minat konsumen. PayLater merupakan metode pembayaran yang mirip dengan kartu kredit di mana aplikasi e-commerce membayar merchant terlebih dahulu, kemudian konsumen membayar aplikasi (Amri et al., 2023). Fitur ini memungkinkan pengguna untuk melakukan pembelian secara kredit atau "beli sekarang bayar nanti", yang memberikan kemudahan transaksi tanpa harus memiliki dana langsung saat itu juga.

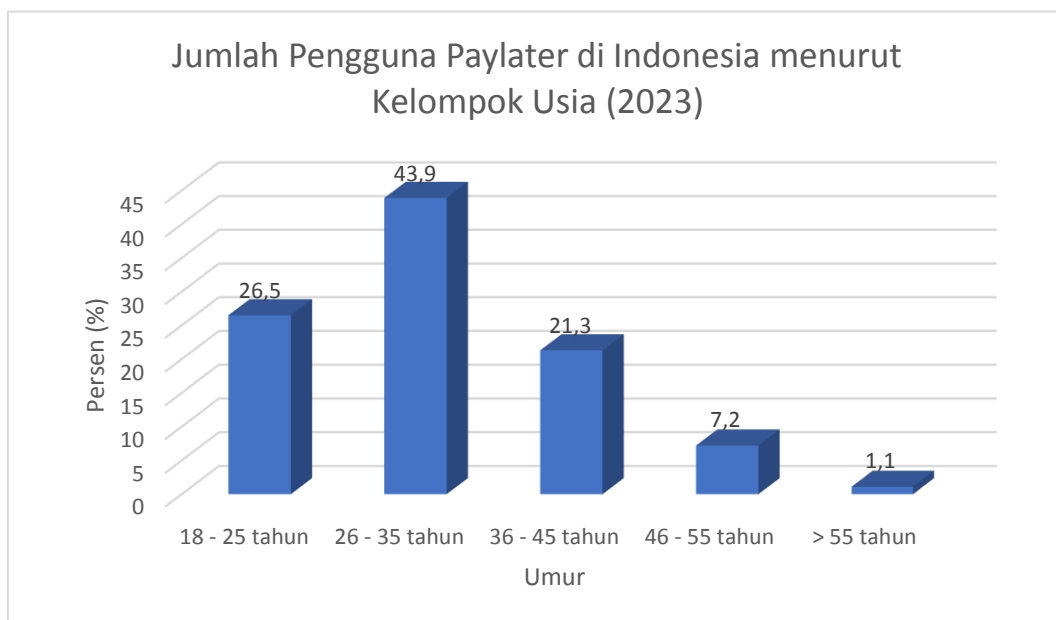


Gambar 1. 1 Pertumbuhan Penggunaan paylater di Indonesia

Sumber : OJK (2024) dalam Goodstats (2024)

Berdasarkan data pada Gambar 1.1 yang disajikan oleh Goodstats (2024), data tersebut merujuk pada laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Menurut OJK, jumlah kontrak pembiayaan paylater di Indonesia mencapai 79,92 juta orang ditahun 2023. Rata-rata jumlah kontrak pembiayaan paylater meningkat 144,35% setiap tahunnya. Pada tahun 2019 tercatat hanya 4,63 juta kontrak pembayaran paylater diIndonesia. Besaran angka tersebut mencerminkan tingginya antusiasme masyarakat terhadap layanan PayLater dari tahun ke tahun.

Fenomena penggunaan paylater ini tidak hanya terjadi pada kalangan pekerja atau orang dewasa, tetapi juga mulai merambah ke kalangan remaja termasuk mahasiswa. Mahasiswa yang seharusnya memiliki pola konsumsi yang lebih rasional dan terbatas pada kebutuhan akademik serta kehidupan sehari-hari, kini menjadi bagian dari kelompok konsumen aktif dalam dunia e-commerce.



Gambar 1. 2 Jumlah pengguna paylater di Indonesia menurut kelompok usia

Sumber : Kredivo & KIC (2023) dalam Databooks (2023)

Berdasarkan data pada Gambar 1.2 yang disajikan oleh Databooks (2023), data tersebut bersumber dari survey yang dilakukan oleh Kredivo dan Katadata Insight Center (KIC). Hasil survei menunjukkan bahwa generasi milenial dan Gen Z adalah mayoritas pengguna Paylater di negara ini. Generasi milenial atau orang-orang berusia 26-35 tahun menyumbang 43,9% pengguna Paylater dan Gen Z atau orang-orang berusia 18-25 tahun menyumbang 26,5%. Selanjutnya adalah 21,3% pengguna Paylater dari kelompok usia 36 hingga 45 tahun. Dalam laporannya, tim penelitian menyatakan, "Ini menandakan semakin banyak pengguna berusia lebih tua yang mengadopsi Paylater." Meskipun demikian, populasi dengan pengguna Paylater terendah terdiri dari kelompok usia 46 hingga 55 tahun (7,2%) dan populasi dengan usia 55 tahun ke atas (1,1%).

Selain itu, survei ini mencatat bahwa sebagian besar pengguna Paylater, atau 63,1%, menggunakan layanan tersebut untuk melakukan transaksi secara online. Selanjutnya, 16,5% melakukan transaksi secara offline, dan 20,4% melakukan keduanya. Menurut Kredivo-KIC, ini sejalan dengan kembalinya aktivitas normal pasca-pandemi, di mana pelanggan mulai berbelanja secara offline. Survei ini dilakukan terhadap lebih dari 2 juta pengguna Kredivo di 34 provinsi Indonesia. Data untuk transaksi online diperoleh dari lima pasar terbesar di Indonesia, sementara data untuk transaksi offline diperoleh dari tujuh penjual ritel terbesar di seluruh Indonesia pada tahun 2023.



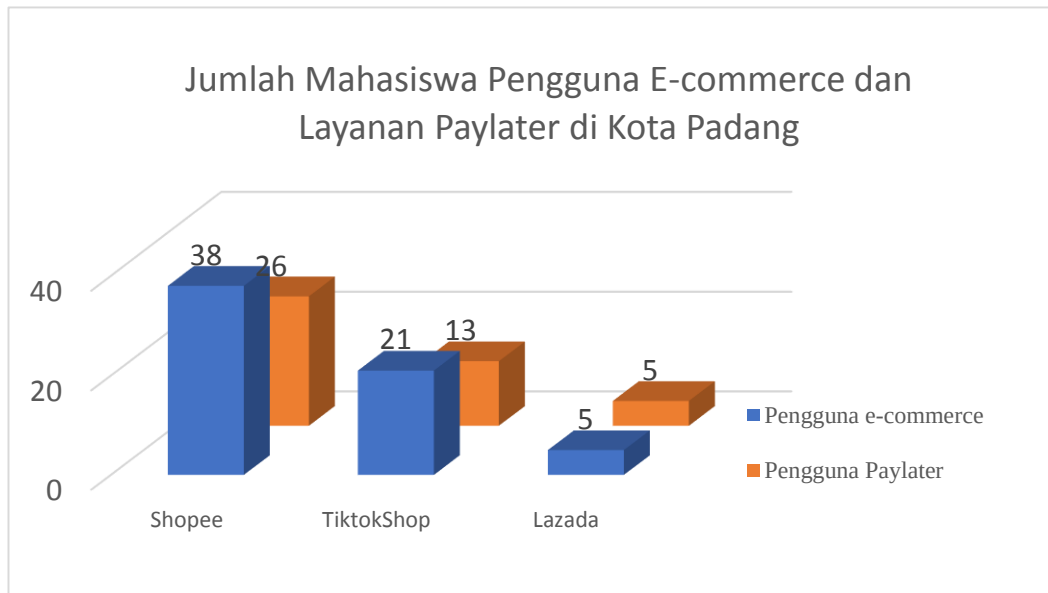
Gambar 1. 3 Jumlah pengunjung Marketplace terbanyak di Indonesia (Februari 2025)

Sumber: Similiarweb (2025) dalam Tech In Asia (2025).

Berdasarkan data pada Gambar 1.3 diatas mencatat bahwa Shopee menduduki peringkat pertama sebagai marketplace dengan pengunjung terbanyak, yaitu mencapai 98,3 juta kunjungan melebihi Tokopedia dan platform lainnya. Fakta ini menunjukkan bahwa Shopee memiliki jangkauan yang luas dan pengaruh besar terhadap perilaku konsumen digital di Indonesia. Dengan fitur yang ditawarkan seperti promo besar-besaran tiap bulannya (promo tanggal cantik, 12.12), gratis ongkir, hingga paylater, Shopee memiliki daya tarik tersendiri yang dapat memicu perilaku konsumtif, terutama pada kelompok usia remaja seperti mahasiswa.

Meskipun fitur ini memberikan kemudahan, kemunculan PayLater juga menimbulkan kekhawatiran akan meningkatnya perilaku konsumtif, terutama di kalangan mahasiswa yang masih dalam tahap belajar mengelola keuangan.

Kemudahan bertransaksi tanpa uang tunai berpotensi mendorong pembelian impulsif, pemborosan, dan bahkan ketergantungan terhadap sistem kredit digital.



Gambar 1. 4 Jumlah mahasiswa pengguna e-commerce dan layanan paylater di Kota Padang

Sumber: Data kuesioner yang diolah peneliti (2025).

Pada Gambar 1.4 merupakan data hasil survey awal yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner di media sosial dengan total responden sebanyak 60 mahasiswa di Kota Padang. Dengan jumlah responden perempuan sebanyak 42 orang dan laki-laki sebanyak 22 orang. Pada survey yang dilakukan dapat terlihat pada Gambar 1.4 bahwa pengguna Shopee terdapat 38 orang mahasiswa dengan 26 orang diantaranya menggunakan Shopee Paylater. Pengguna Tiktokshop ada sebanyak 21 orang dengan pengguna Tiktok Paylater sebanyak 13 orang diantaranya dan pengguna Lazada sebanyak 5 orang dan juga sekaligus pengguna Lazada Paylater. Dari survey dapat disimpulkan bahwa pengguna e-commerce

dan paylater terbanyak pada mahasiswa di kota padang adalah Shope atau Shopee Paylater.

Di Kota Padang, penggunaan layanan PayLater oleh mahasiswa mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Hal ini dapat terlihat dari banyaknya mahasiswa yang aktif menggunakan fitur Shopee PayLater untuk membeli berbagai barang, mulai dari kebutuhan akademik seperti buku dan alat tulis, hingga produk non-prioritas seperti pakaian, kosmetik, gadget, dan barang konsumtif lainnya. Dalam beberapa survei informal dan pengamatan lapangan, ditemukan bahwa sebagian mahasiswa menggunakan Shopee PayLater bukan karena kebutuhan mendesak, melainkan karena keinginan sesaat yang dipicu oleh diskon, flash sale, atau kemudahan akses pembayaran.

Beberapa mahasiswa bahkan mengaku mengalami kesulitan dalam mengatur keuangan bulanan karena terjebak pada siklus pembayaran utang PayLater yang terus berulang. Hal ini menunjukkan adanya indikasi perilaku konsumtif yang cukup kuat, di mana keputusan pembelian tidak lagi berdasarkan pada kebutuhan, tetapi pada dorongan emosional dan persepsi kemudahan yang ditawarkan oleh layanan tersebut.

Perilaku konsumtif dapat didefinisikan sebagai kecenderungan individu untuk membeli barang atau jasa secara berlebihan, tidak berdasarkan kebutuhan primer, melainkan didorong oleh keinginan untuk memperoleh kepuasan sosial dan psikologis. Kotler dan Keller (2012) mendefinisikan perilaku konsumtif merupakan cara bagaimana individu, kelompok dan organisasi dalam memilih, membeli,

menggunakan atau menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk tujuan pemuasan hasrat semata.

Di lingkungan kampus, muncul juga kecenderungan adanya “gaya hidup digital konsumtif” di mana penggunaan Shopee PayLater dianggap sebagai hal yang wajar dan bahkan menjadi bagian dari tren sosial. Mahasiswa yang mampu membeli barang-barang terbaru atau mengikuti tren online melalui PayLater terkadang dianggap lebih “up to date” oleh lingkungan sekitarnya. Ini turut memengaruhi perilaku mahasiswa lain untuk mengikuti gaya konsumsi serupa, meskipun tidak sesuai dengan kondisi finansial mereka.

Hal ini menimbulkan kekhawatiran akan dampak jangka panjang terhadap pola konsumsi dan kedisiplinan keuangan mahasiswa. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji lebih dalam bagaimana penggunaan Shopee PayLater berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Padang sebagai bentuk respon terhadap dinamika konsumsi digital di era sekarang.

Perilaku konsumtif tersebut dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, tidak hanya dari aspek penggunaan aplikasi, tetapi juga dari aspek ekonomi dan demografis. Beberapa faktor yang diduga berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa selain penggunaan Shopee PayLater adalah sumber uang saku yang mereka miliki (apakah berasal dari orang tua, beasiswa, atau pekerjaan sampingan), jumlah uang saku per bulan, serta jenis barang yang dibeli melalui aplikasi tersebut. Barang-barang yang dibeli bisa bersifat kebutuhan atau sekadar keinginan, yang bisa mencerminkan kecenderungan konsumtif mahasiswa. Harga barang yang dibeli juga turut mempengaruhi keputusan konsumsi karena adanya potongan harga,

cashback, atau cicilan 0% seringkali mendorong mahasiswa untuk membeli barang di luar kemampuan keuangannya.

Selain itu, status pekerjaan mahasiswa (apakah bekerja sambil kuliah atau tidak) dan status tempat tinggal (kos, kontrak, bersama orang tua) turut memberi kontribusi dalam membentuk perilaku konsumsi mereka. Faktor jenis kelamin juga tidak dapat diabaikan, karena dalam banyak penelitian sebelumnya ditemukan bahwa perempuan cenderung memiliki tingkat konsumsi yang lebih tinggi dibandingkan laki-laki dalam konteks tertentu.

Kemudahan layanan finansial seperti Shopee PayLater memberikan akses cepat dalam melakukan pembelian tanpa perlu membayar langsung. Meskipun memberikan kenyamanan, layanan ini juga berpotensi mendorong mahasiswa untuk berperilaku konsumtif karena tergoda berbelanja melebihi kebutuhan dan kemampuan finansial mereka. Mahasiswa merupakan kelompok usia yang sedang berada dalam masa transisi menuju kedewasaan dan sering kali belum memiliki kendali yang kuat terhadap pengelolaan keuangan pribadi.

Dalam konteks ekonomi makro, konsumsi merupakan komponen utama dalam perhitungan Produk Domestik Bruto (PDB). Peningkatan konsumsi rumah tangga (*C*) akibat perilaku konsumtif jangka pendek memang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi. Namun, apabila konsumsi tersebut tidak didukung oleh pendapatan yang seimbang dan cenderung menggunakan fasilitas kredit seperti PayLater, maka akan berdampak pada menurunnya tabungan dan investasi (*I*), yang justru dapat memperlambat pertumbuhan ekonomi dalam jangka panjang.

Dalam fungsi konsumsi, mahasiswa pengguna Shopee PayLater dapat menunjukkan nilai Marginal Propensity to Consume (MPC) yang tinggi, bahkan melebihi pendapatan disposabel mereka. Hal ini berpotensi menciptakan pola konsumsi tidak sehat dan ketergantungan terhadap utang konsumtif.

Fenomena meningkatnya perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa, khususnya yang menggunakan Shopee PayLater, menjadi isu yang perlu diperhatikan, karena dapat berdampak pada kebiasaan keuangan jangka panjang mereka. Namun, tidak semua mahasiswa yang menggunakan Shopee PayLater menunjukkan perilaku konsumtif, sehingga perlu dianalisis faktor-faktor lainnya yang juga memengaruhi, seperti jumlah uang saku, jenis kelamin, status pekerjaan, dan jenis barang yang dibeli.

Penelitian sebelumnya banyak membahas hubungan antara layanan paylater dan perilaku konsumtif secara umum atau di kalangan masyarakat luas. Penelitian oleh Oktaviani et al. (2023) menunjukkan bahwa penggunaan layanan Buy Now Pay Later secara signifikan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa karena memberikan persepsi kemudahan dan kenyamanan dalam berbelanja. Hasil serupa juga ditemukan oleh Herlina & Wulandari (2022) yang menyimpulkan bahwa semakin sering mahasiswa menggunakan Shopee PayLater, semakin besar kecenderungannya untuk melakukan konsumsi yang tidak rasional.

Pada penelitian sebelumnya masih terbatas yang secara spesifik meneliti mahasiswa sebagai objek, khususnya di Kota Padang. Selain itu, belum banyak penelitian yang memasukkan variabel tambahan seperti sumber uang saku, jumlah uang saku, jenis barang yang dibeli, harga barang, status pekerjaan, tempat tinggal,

serta jenis kelamin sebagai faktor pendukung yang turut memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa pengguna Shopee PayLater. Dengan demikian, penelitian ini mengisi kekosongan literatur dengan meneliti secara lebih komprehensif pengaruh Shopee PayLater dan variabel pendukung lainnya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di wilayah Kota Padang.

Penelitian ini penting dilakukan karena dapat memberikan pemahaman mengenai bagaimana penggunaan layanan keuangan digital seperti Shopee PayLater memengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi dasar dalam mengedukasi mahasiswa agar lebih bijak dalam menggunakan fasilitas pinjaman digital, serta menjadi masukan bagi institusi pendidikan tinggi untuk meningkatkan literasi keuangan mahasiswanya. Selain itu, penelitian ini juga dapat digunakan sebagai referensi bagi pengambil kebijakan, baik dari kalangan akademisi maupun pelaku industri fintech, dalam merancang strategi promosi yang tidak mendorong perilaku konsumtif berlebihan.

B. Rumusan Masalah

1. Seberapa besar pengaruh penggunaan Shopee Paylater terhadap tingkat perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Padang?
2. Sejauh mana faktor-faktor seperti sumber uang saku, jumlah uang saku, jenis barang yang dibeli, harga barang, status pekerjaan, status tempat tinggal, dan jenis kelamin memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa pengguna Shopee PayLater?
3. Faktor manakah yang paling dominan memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa dalam penggunaan Shopee PayLater?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan Shopee PayLater terhadap tingkat perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Padang.
2. Untuk menganalisis pengaruh faktor-faktor seperti sumber uang saku, jumlah uang saku, jenis barang yang dibeli, harga barang, status pekerjaan, status tempat tinggal, dan jenis kelamin terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna Shopee PayLater.
3. Untuk mengidentifikasi faktor yang paling dominan dalam memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa pengguna Shopee PayLater di Kota Padang.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi akademisi dan peneliti

Memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian perilaku konsumtif dan penggunaan layanan keuangan digital dalam perspektif ilmu ekonomi

2. Bagi mahasiswa

Menjadi bahan pertimbangan dan edukasi untuk mengelola keuangan pribadi secara bijak serta memahami resiko perilaku konsumtif akibat penggunaan shopee paylater

3. Bagi institusi Pendidikan dan penyedia layanan

Memberikan masukan bagi institusi pendidikan dalam menyusun program literasi keuangan serta bagi penyedia layanan PayLater untuk merancang kebijakan yang lebih edukatif dan bertanggung jawab terhadap mahasiswa sebagai pengguna.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini menggunakan 8 variabel X yaitu penggunaan Shopee Paylater (X1), Sumber uang saku (X2), Jumlah uang saku (X3), Jenis barang yang dibeli (X4), Harga (X5), Status pekerjaan (X6), Status tempat tinggal (X7), dan Jenis kelamin (X8) dan 1 variabel Y yaitu perilaku konsumtif. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui media sosial dan memperoleh sebanyak 116 responden dari 4 kampus di Kota Padang yaitu Universitas Negeri Padang, Universitas Andalas, Universitas Bung Hatta dan Politeknik Negeri Padang. Data penelitian ini diolah menggunakan SPSS 31.0. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai “Analisis Pengaruh Penggunaan Shopee PayLater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Padang”, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Variabel Penggunaan Shopee PayLater (X1), jumlah uang saku (X3), jenis barang yang dibeli (X4), status pekerjaan (X6), status tempat tinggal (X7) dan jenis kelamin (X8) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
2. Variabel sumber uang saku (X2) dan harga (X5) tidak memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
3. Secara simultan, seluruh variabel bebas dalam penelitian ini berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

4. Faktor yang paling dominan mempengaruhi perilaku konsumtif adalah status pekerjaan dengan standardized coefficients (Beta) adalah sebesar 0,321.
5. Nilai koefisien determinasi (Adjusted R^2) sebesar 71,9% menunjukkan bahwa model ini cukup mampu menjelaskan pengaruh variabel bebas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, namun masih terdapat 28,1% pengaruh lain yang berasal dari variabel-variabel di luar model, seperti pengaruh media sosial, gaya hidup, kontrol diri, dan lingkungan pergaulan.

B. Keterbatasan Penelitian.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan, di antaranya:

1. Ruang lingkup penelitian hanya terbatas pada mahasiswa di Kota Padang, sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasi untuk seluruh mahasiswa di Indonesia.
2. Variabel independen yang digunakan masih terbatas, sehingga belum mampu menjelaskan secara penuh faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif.
3. Penelitian ini belum mengeksplorasi faktor psikologis seperti pengaruh media sosial, kontrol diri, atau dorongan emosional yang kemungkinan besar turut memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan keterbatasan yang ada, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa: Diharapkan lebih bijak dalam menggunakan fasilitas Shopee PayLater agar tidak terjebak dalam pola konsumsi yang boros dan impulsif. Mahasiswa perlu meningkatkan literasi keuangan agar dapat mengelola keuangan pribadi secara lebih bertanggung jawab.
2. Bagi Pihak Kampus: Perlu adanya edukasi terkait literasi keuangan dan bahaya perilaku konsumtif, terutama yang dipicu oleh penggunaan layanan keuangan digital seperti PayLater. Edukasi ini dapat dilakukan melalui seminar, kuliah umum, atau penyuluhan terintegrasi dalam kurikulum.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya: Disarankan untuk menambahkan variabel-variabel lain yang bersifat psikologis dan sosial, seperti pengaruh teman sebaya, media sosial, gaya hidup, dan kontrol diri. Selain itu, memperluas cakupan responden ke kota atau daerah lain juga akan memperkaya hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Akuntansi, P., Pgri, U., & Mahasisiwa, S. (2004). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMTIF EKONOMI PADA MAHASISWA Chandra Kurniawan *) ABSTRAK*. 107–118.
- Amelia, R., & Syafrini, D. (2024). Penggunaan Shopee Paylater di Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Jurnal Perspektif*, 7(2), 291–300.
<https://doi.org/10.24036/perspektif.v7i2.757>
- Amri, A. D., Fattahillah, A. Al, Amanda, C., Putri, H. T. M., Adila, N., & Alkaustar, P. S. (2023). Pengaruh Penggunaan Paylater terhadap Sikap Konsumtif Mahasiswa Universitas Jambi dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(1), 227.
<https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i1.3168>
- Dewanto, P., & Dahesihsari, R. (2025). *Impulsive Buying Tendency among Emerging Adults Using Pay Later on E- Commerce Platforms*. 6(1), 146–158.
- Firdaus, F., Suryoputro, F. M., Shafira, R. Z., & Rizkyanfi, M. W. (2023). Sistem Paylater Dalam E-Commerce: Pengaruhnya Terhadap Perilaku Impulse Buying. *Competitive*, 18(1), 9–14.
<https://doi.org/10.36618/competitive.v18i1.2856>
- Ghozali, Imam, (2006). *Aplikai Analisis Multivarite dengan SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.

- GoodStats. (2023). Pengguna PayLater Indonesia tumbuh 17 kali lipat dalam 5 tahun terakhir. Diambil pada tanggal 26 Mei 2025 dari <https://goodstats.id/article/pengguna-paylater-indonesia-tumbuh-17-kali-lipat-dalam-5-tahun-terakhir-355VL>
- Hanuning, S. (2011). Faktor-faktor yang Mempengaruhi perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Skripsi*, 1–98.
- Icharussya, W. P., Kanthi, Y. A., Cahyadiana, W., Raya, J., No, T., & Kunci, K. (2025). *Evaluasi Faktor Penggunaan Sistem dan Kepuasan Pengguna Shopee Paylater*. 45–53.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Marketing Management 16 Edition*. New Jersey: Pearson.
- Nur Solihat, A., & Arnasik, S. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi. *OIKOS Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, II(X). <https://doi.org/10.23969/oikos.v2i1.915>
- Oktaviani, M., Sari, I. P., & Miftah, Z. (2023). Pengaruh E-Commerce Dan Financial Technology Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 9(3), 281. <https://doi.org/10.30998/jabe.v9i3.16620>
- Ph.D. Ummul Aiman, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. In Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Pokhrel, S. (2024). No TitleEΛENH. *Ayan*, 15(1), 37–48.

- Rahmawati, G., & Mirati, E. (2022). Prosiding SNAM PNJ (2022). *Prosiding SNAM PNJ*, 1–10.
- Rismawati, Murtarti, S. U., & Wardoyo, C. (2018). Pengaruh pendidikan ekonomi keluarga, gaya hidup dan modernitas individu terhadap perilaku konsumtif dimediasi oleh literasi ekonomi pada siswa SMA & MA di *Jurnal Pendidikan*, 3(4), 430–436.
- <http://journal.um.ac.id/index.php/jptpp/EISSN:2502-471X/DOAJ>
- Salma, A., & Nio, S. R. (2024). Hubungan Antara Self Control dengan Perilaku Konsumtif Pengguna Shoppe Paylater pada Dewasa Awal di Kota Padang. *CAUSALITA : Journal of Psychology*, 2(1), 163–168.
- <https://doi.org/10.62260/causalita.v2i1.283>
- Sekaran, U. (2006). *Research Methods For Business*. Buku 1. Jakarta: Salemba Empat
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika terapan- teori & aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: ANDI.
- Syafrizal Helmi, M. S., & Lutfi. (2014). Analisis Data untuk Riset Manajemen dan Bisnis. In *Edisi ke 3* (Issue November).
- Tjiptono, F. 2003. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tech in Asia (2023), diakses pada 20 Juli 2025 dari <https://id.techinasia.com/data-ecommerce-indonesia-panduan-lengkap>.