

PENGARUH PENGGUNAA PAYLATER TERHADAP
POLA KONSUMTIF MAHASISWA PRODI
MANAJEMEN FEB UNISI DI ERA DIGITAL.docx
By Turnitin LLC

5
**PENGARUH PENGGUNAAN PAYLATER TERHADAP POLA
KONSUMTIF MAHASISWA PRODI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS ISLAM
INDRAGIRI DI ERA DIGITAL**

2
SKRIPSI

*Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Sarjana Ekonomi (SI)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Indragiri*



OLEH :
RIZKI DANDI
NIM : 101221010001

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM INDRAGIRI
TEMBILAHAN
2026**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Dosen Pembimbing I dan II, dengan ini menyatakan :

Nama Mahasiswa : Rizki Dandi

NIM : 101221010001

Konsentrasi : Manajemen Keuangan

Judul Skripsi : ⁵ Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Pola Konsumtif

Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam

Indragiri Prodi Manajemen di Era Digital.

² Disetujui dan dinilai memenuhi standar ilmiah untuk diuji pada Ujian Skripsi (Oral Comprehensive) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri Tembilahan.

Tembilahan, 26 Mei 2026

Pembimbing I

Pembimbing II

RAJU MAULANA, SE, MM
NUPTK: 943776566130273

HELLY KHAIRUDDIN, SE, M. Si
NUPTK: 4251754655130143

² Mengetahui :
Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri

SYAFRINADINA, S.E., M.M.
NUPTK: 4447760661230183

² PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Rizki Dandi

NIM : 101221010001

Konsentrasi : Manajemen Keuangan

Judul Skripsi : ⁵ Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Pola Konsumtif
Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Islam Indragiri Di Era Digital

² Dengan ini menyatakan yang sebenarnya bahwa skripsi saya ini murni karya ilmiah saya dan tidak plagiat atau bersifat plagiarisme dari karya ilmiah orang lain. Dan apabila ternyata dikemudian hari diketahui dan dapat dibuktikan bahwa skripsi ni adalah hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain, maka saya bersedia dicabut gelar kersajanaan saya serta diberi sanksi hukum sesuai peraturan dan perundangan yang berlaku.

Tembilahan, 26 Mei 2026

Penulis

RIZKI DANDI

ABSTRAK

PENGARUH PENGGUNAAN PAYLATER TERHADAP POLA KONSUMTIF MAHASISWA PRODI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS ISLAM INDRAGIRI

Rizki Dandi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri

Email: rizkidandi2514@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh penggunaan Paylater terhadap pola konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri. Penggunaan layanan Paylater yang semakin meningkat di kalangan mahasiswa menjadi fenomena yang menarik untuk diteliti, terutama terkait dampaknya terhadap perilaku konsumsi yang cenderung berlebihan. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling. Variabel penelitian terdiri dari penggunaan Paylater sebagai variabel independen (X) dan pola konsumtif sebagai variabel dependen (Y). Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert, sedangkan analisis data menggunakan metode kuantitatif dengan uji regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Paylater berpengaruh positif dan signifikan terhadap pola konsumtif mahasiswa. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 86,9% yang menunjukkan bahwa variabel penggunaan Paylater memberikan kontribusi besar dalam mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Kemudahan, kepraktisan, serta fleksibilitas yang ditawarkan oleh Paylater mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian tanpa perencanaan yang matang, sehingga meningkatkan kecenderungan perilaku konsumtif.

Kata Kunci : Paylater, Pola Konsumtif, Perilaku Konsumen, Mahasiswa

ABSTRACT

THE EFFECT OF PAYLATER USAGE ON CONSUMPTIVE BEHAVIOR OF FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS ISLAMIC UNIVERSITY OF INDRAGIRI STUDENTS

Rizki Dandi

Faculty of Economics and Business Indragiri Islamic University

Email: rizkidandi251@gmail.com

This study aims to determine and analyze the effect of Paylater usage on the consumptive behavior of students at the Faculty of Economics and Business, Universitas Islam Indragiri. The increasing use of Paylater services among students has become an interesting phenomenon study, especially regarding its impact on excessive consumption behavior. The population of this study consists of Faculty of Economics and Business indragiri Islamic University students, with the sampling technique using purposive sampling. The research variables include Paylater usage as the independent variable (X) and consumptive behavior as the dependent variable (Y). Data collection was conducted through questionnaires using a Likert scale, while data analysis employed a quantitative method with simple linear regression analysis. The results show that Paylater usage has a positive and significant effect on students' consumptive behavior. This is evidenced by the coefficient of determination (R^2) value of 86.9%, indicating that the Paylater usage variable has a substantial contribution in influencing students' consumptive behavior. The convenience, practicality, and flexibility offered by Paylater encourage students to make purchases without careful planning, thereby increasing their tendency toward consumptive behavior.

Keywords: Paylater, Consumptive Behavior, Consumer Behavior, Student

⁶ KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Pola Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Indragiri Di Era Digital”.

² Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri.

¹³ Dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, penulis mempersembahkan karya sederhana ini kepada ayahanda Muhammad Arbain, ²⁷ Terima kasih atas segala pengorbanan, kerja keras, serta kasih sayang yang selalu diberikan kepada penulis. Walaupun tidak selalu diungkapkan dengan kata-kata, perhatian dan kepedulian ayah selalu terasa dalam setiap langkah perjalanan hidup penulis. Doa, dukungan, serta nasihat yang ayah berikan menjadi kekuatan ⁴ bagi penulis untuk terus berjuang hingga dapat menyelesaikan pendidikan sampai tahap ini.

⁸ Ucapan terima kasih yang tulus penulis sampaikan kepada ibunda tercinta Hamidah, ⁹ yang selalu menjadi sumber kekuatan, kasih sayang, dan doa yang tidak pernah terputus dalam kehidupan penulis. Ibu bukan hanya sosok yang merawat dan membesarkan penulis, tetapi juga menjadi tempat penulis belajar tentang arti ketulusan, kesabaran, dan perjuangan dalam menjalani kehidupan. Dari setiap

nasihat dan perhatian yang ibu berikan, penulis belajar untuk menjadi pribadi yang lebih kuat, sabar, dan selalu berusaha menjadi lebih baik. Dalam setiap langkah perjalanan penulis menempuh pendidikan, ibu selalu hadir dengan doa, dukungan, serta kasih sayang yang tiada henti. Tidak jarang pengorbanan yang ibu lakukan terjadi dalam diam, tanpa pernah meminta balasan. Namun bagi penulis, semua perhatian, doa, dan kasih sayang tersebut menjadi kekuatan yang sangat besar dalam menghadapi berbagai tantangan selama menempuh pendidikan. Kesabaran, ketulusan, serta cinta yang ibu berikan menjadi motivasi bagi penulis untuk terus berjuang hingga akhirnya dapat menyelesaikan pendidikan sampai pada tahap ini.

Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada saudara terdekat yang senantiasa memberikan dukungan dan semangat kepada penulis selama proses penyelesaian studi ini. Serta kepada seluruh keluarga besar yang telah memberikan doa, dukungan, serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Semoga segala kebaikan, doa, dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan dari Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan yang setinggi-tingginya dan terimakasih banyak disampaikan dengan hormat kepada:

1. Dr. Najamuddin. Lc, MA selaku Rektor Universitas Islam Indragiri (UNISI).
2. Dr. Ahmad Rifa'i, S.E., M.Si selaku Dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri.

3. Syafrinadina, S.E., M.M. selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri.
4. Raju Maulana, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan, saran dan masukan-masukan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Helly Khairuddin, S.E., M.SI. selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak berperan dalam memberikan arahan dalam penulisan skripsi ini.
6. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Adik Penulis Sela Safitri, Muhammad Maulana, Armilia Putri serta Saudara – saudara dan Sahabat – sahabat yang senantiasa memberikan bantuan, dukungan, dan semangat kepada penulis selama proses penyelesaian studi ini.
7. Kepada Mutiara Rahmila terima kasih yang selalu memberi dukungan, motivasi, semangat serta menemani penulis dalam suka maupun duka selama proses penyusunan skripsi ini.
8. Terima kasih kepada banyak pihak yang tak mampu penulis sebutkan satu per satu, namun setiap jejak kebaikan, uluran tangan, dan doa tulus yang hadir di sepanjang proses ini adalah bagian penting yang tak tergantikan.

Tembilahan, 26 Mei 2026

Penulis,

RIZKI DANDI
NIM. 101221010001

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
131 ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
8.1 Latar Belakang Masalah	1
8.2 Rumusan Masalah	8
8.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
8.3.1 Tujuan Penelitian	8
8.3.2 Manfaat Penelitian	8
8.4 Sistematika Penulisan	9
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1. Theory of Planned Behavior (TPB).....	10
2.1.2. Technology Acceptance Model (TAM).....	12
2.1.3. Pengertian Manajemen Keuangan	14
2.1.4. Fungsi Manajemen Keuangan	17
2.1.5. Tujuan Manajemen Keuangan.....	18
2.2 Penelitian terdahulu	23
2.3 Kerangka Pemikiran Teoretis	24
2.4 Hipotesis.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Obyek dan Waktu Penelitian	26
3.1.1. Obyek Penelitian	26
3.1.2. Waktu Penelitian	26
3.2 Jenis dan Sumber Data	26
3.2.1. Jenis Data	26
3.2.2. Sumber Data	27
3.3 Populasi dan Sampel.....	27

2	3.3.1. Populasi.....	27
	3.3.2. Sampel.....	28
	3.4 Teknik Pengumpulan Data	30
	3.5 Analisis Data	31
	BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
	4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	35
121	4.1.1 Sejarah Singkat Universitas Islam Indragiri dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri.....	35
	4.2 Hasil Penelitian.....	36
	4.2.1 Karakteristik Responden.....	36
	4.3.1 Deskripsi Variabel Penggunaan Paylater (X)	39
154	4.3.2 Deskripsi Variabel Pola Konsumtif Mahasiswa (Y).....	41
26	4.4 Uji Validitas	42
	4.5 Uji Reliabilitas.....	44
	4.6 Uji Asumsi Klasik	45
	4.6.1 Uji Normalitas	46
	4.6.2 Uji Linearitas	46
	4.6.3 Uji Heteroskedastisitas	47
	4.7 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	48
	4.8 Uji t (Uji Hipotesis)	49
	4.9 Koefisien Determinasi (R^2).....	50
	4.10 Pembahasan.....	51
2	4.10.1 Penggunaan Paylater pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri.....	51
2	4.10.2 Pola Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri.....	53
5	4.10.3 Pengaruh Penggunaan Paylater terhadap Pola Konsumtif Mahasiswa	53
2	BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	56
	5.1 Kesimpulan	56
	5.2 Saran.....	57
	DAFTAR PUSTAKA	59
	LAMPIRAN	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Data Penggunaan Paylater di E-commerce Indonesia Tahun 2022.....	4
Tabel 1. 2	Tabel Pemakaian Shopee di Indonesia (Tahun 2024)	4
Tabel 1. 3	Tabel Pemakaian Tokopedia di Indonesia (Tahun 2024).....	5
Tabel 1. 4	Tabel Pemakaian Traveloka di Indonesia (Tahun 2024).....	6
60	Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu	23
Tabel 3. 1	Skala Likert	30
Tabel 4. 1	Karakteristik Responden	37
Tabel 4. 2	Deskripsi Variabel Penggunaan Paylater	40
6	Tabel 4. 3 Deskripsi Variabel Pola Konsumtif Mahasiswa	41
Tabel 4. 4	Hasil Uji Validitas	43
Tabel 4. 5	Hasil Reliabilitas.....	44
Tabel 4. 6	Hasil Uji Reliabilitas	45
Tabel 4. 7	Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana	48
Tabel 4. 8	Hasil Uji t	49
Tabel 4. 9	Hasil Koefisien Determinasi.....	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	24
Gambar 3.2 Statistik Mahasiswa Aktif S1 Manajemen	28

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada abad ke-21 telah memberikan dampak yang sangat besar terhadap berbagai aspek kehidupan manusia. Kemunculan Revolusi Industri 4.0 yang ditandai dengan integrasi teknologi digital, kecerdasan buatan (*artificial intelligence*), dan *Internet of Things (IoT)* telah menciptakan perubahan mendasar dalam cara manusia berinteraksi, bekerja, dan memenuhi kebutuhan hidupnya. Transformasi digital ini tidak hanya mempengaruhi sektor industri dan bisnis, tetapi juga mengubah pola interaksi sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat global (Schwab, 2017). Dalam konteks ekonomi, digitalisasi berperan penting dalam mendorong terciptanya layanan keuangan berbasis teknologi yang lebih efisien, cepat, dan mudah diakses, seperti *financial technology (fintech)* dan sistem pembayaran digital. Perubahan tersebut menjadikan aktivitas ekonomi masyarakat semakin bergantung pada teknologi, yang pada akhirnya memicu pergeseran perilaku konsumtif ke arah yang lebih praktis, instan, dan digital (Putri, 2021). Fenomena ini menggambarkan bahwa teknologi bukan hanya berfungsi sebagai alat bantu, tetapi juga menjadi penggerak utama dalam membentuk dinamika ekonomi modern dan gaya hidup masyarakat masa kini (Nasution & Prasetyo, 2020).

Kemajuan teknologi telah melahirkan sistem ekonomi baru yang

berbasis digital, ditandai dengan meningkatnya transaksi non-tunai dan hadirnya berbagai platform keuangan daring. Perubahan ²⁹ ini tidak hanya mengubah cara masyarakat bertransaksi, tetapi juga mengubah paradigma konsumtif dari tradisional menuju digital yang lebih praktis, efisien, dan cepat (Nasution & Prasetyo, 2020). Salah satu inovasi penting dalam era digital adalah munculnya *Financial Technology* atau *fintech*. *Fintech* menjadi solusi alternatif terhadap keterbatasan layanan keuangan konvensional dengan menghadirkan kemudahan akses, fleksibilitas, dan efisiensi waktu. Layanan *fintech* kini meliputi ¹³ pembayaran digital, pinjaman online, investasi, dan asuransi berbasis aplikasi (Otoritas Jasa Keuangan, 2022).

Fintech berkontribusi besar terhadap peningkatan inklusi keuangan di Indonesia, terutama ¹³⁶ dalam menyediakan akses layanan keuangan yang lebih luas, cepat, dan efisien bagi masyarakat. Berdasarkan (Otoritas Jasa Keuangan, 2023). jumlah pengguna layanan *financial technology* ¹²⁶ terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, seiring dengan pesatnya pertumbuhan sektor *e-commerce* dan semakin tingginya penetrasi internet di berbagai wilayah Indonesia. Perkembangan ini menunjukkan bahwa masyarakat mulai beradaptasi dengan penggunaan teknologi finansial dalam aktivitas ekonomi sehari-hari, baik untuk transaksi pembayaran, investasi, maupun pembiayaan konsumtif. Selain itu, hadirnya berbagai platform *fintech* seperti *e-wallet*, *peer-to-peer lending*, dan *paylater* turut memperkuat ekosistem ekonomi digital nasional dengan memberikan kemudahan, transparansi, serta efisiensi dalam mengelola keuangan pribadi

(Otoritas Jasa Keuangan, 2023).¹²² Dengan demikian, *fintech* tidak hanya berperan sebagai inovasi teknologi, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam mempercepat tercapainya inklusi keuangan yang berkeadilan dan berkelanjutan di Indonesia (Bank, 2022; Center, 2022)

Salah satu produk *financial technology* (*fintech*)²⁹ yang berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir adalah layanan *Buy Now, Pay Later* (*BNPL*) atau yang lebih dikenal dengan istilah *Paylater*. Layanan ini memungkinkan pengguna untuk membeli barang atau jasa terlebih dahulu dan melakukan pembayaran di kemudian hari, baik secara penuh maupun dengan sistem cicilan,¹⁵⁶ tanpa harus memiliki dana tunai saat transaksi berlangsung. Kemudahan ini menjadikan *paylater*² diminati oleh berbagai kalangan, khususnya generasi muda dan mahasiswa, yang cenderung memiliki gaya hidup dinamis serta keterikatan tinggi terhadap teknologi digital dan e-commerce.²⁶ Hasil serupa juga ditemukan oleh (Hidayat & Susanto, 2023), yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif generasi Z pengguna Shopee *Paylater* dipengaruhi oleh faktor gaya hidup dan kemudahan akses digital. Selain itu, penelitian (Wijaya & Kusuma, 2023) memperkuat temuan tersebut dengan mengungkapkan bahwa paparan media sosial, seperti TikTok, turut memicu perilaku pembelian impulsif generasi muda yang menggunakan layanan *paylater*. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa perkembangan layanan *paylater* di era digital tidak hanya memberikan kemudahan transaksi dan fleksibilitas keuangan, tetapi juga menimbulkan tantangan baru berupa meningkatnya perilaku konsum

di kalangan ⁷⁸ mahasiswa yang belum memiliki literasi keuangan yang memadai.

Tabel 1. 1 ⁷⁸ **Data Penggunaan Paylater di E-commerce Indonesia Tahun 2022**

No	Keterangan Penggunaan Paylater	Persentase (%)	Keterangan
1	Konsumen <i>e-commerce</i> yang pernah menggunakan layanan Paylater	45,9 %	Mengalami peningkatan dari 38% pada tahun 2021
2	Kelompok usia dominan pengguna Paylater	18–35 tahun	Didominasi oleh generasi muda dan mahasiswa
3	Platform <i>e-commerce</i> dengan penggunaan Paylater tertinggi	Shopee, Tokopedia, Traveloka	Tiga platform paling populer dalam transaksi dengan Paylater
4	Alasan utama penggunaan Paylater	Kemudahan transaksi & promo cicilan tanpa kartu kredit	Mendorong perilaku konsumtif pada generasi muda
5	Jenis produk yang paling banyak dibeli dengan Paylater	Produk gaya hidup (<i>fashion, elektronik, & traveling</i>)	Cenderung bersifat konsumtif dan mengikuti tren digital

Sumber: (Katadata Insight Center, 2022)

Tabel 1. 2 Tabel Pemakaian Shopee di Indonesia (Tahun 2024)

Aspek	Nilai / Statistik	Sumber Terpercaya
Jumlah Pengguna Aktif Shopee Indonesia	138,7 juta pengguna	DataReportal (2024), <i>Digital 2024: Indonesia</i>
Persentase Pengguna E-commerce Nasional	46,1% dari total pengguna e-commerce Indonesia	DataReportal (2024), Bank Indonesia
Nilai Transaksi Tahunan Shopee	Rp 219,8 triliun	Bank Indonesia, <i>Statistik E-commerce 2024</i>
Pertumbuhan Pengguna (dibanding 2023)	+5,7%	iPrice Group (2024), SimilarWeb
Durasi Rata-rata Penggunaan Aplikasi per Hari	25 menit/hari	SimilarWeb App Data (Q4 2024)

Aspek	Nilai / Statistik	Sumber Terpercaya
Jumlah Penjual Aktif di Shopee Indonesia	>2 juta toko aktif	Katadata Insight Center (2024)
Kategori Produk Paling Laris	Fashion (28%), Elektronik (19%), Kecantikan (14%)	Shopee Insights Report (2024)
Fitur Dominan	Shopee Live & ShopeePayLater	Rahmadani & Dwihandoko (2025), <i>Univ. Muhammadiyah Malang</i>
Kepuasan Pengguna (Skor Likert)	4,41 / 5,00	RW Sari (2025), <i>IAINU Kebumen</i>
Kontribusi UMKM terhadap transaksi Shopee	38% dari total transaksi	McKinsey Indonesia Digital Report (2024)

Sumber: (Katadata Insight Center, 2022)

Tabel 1. 3 Tabel Pemakaian Tokopedia di Indonesia (Tahun 2024)

Aspek	Nilai / Statistik	Sumber Terpercaya
Jumlah Pengguna Aktif Tokopedia	121,3 juta pengguna	DataReportal (2024), <i>Digital 2024: Indonesia</i>
Pangsa Pasar E-commerce Nasional	38,4% dari total pengguna e-commerce	DataReportal (2024), iPrice Group
Nilai Transaksi Tahunan	Rp 204,5 triliun	Bank Indonesia (2024), <i>Statistik E-commerce 2024</i>
Pertumbuhan Pengguna (vs 2023)	+6,1%	McKinsey (2024), SimilarWeb
Durasi Rata-rata Penggunaan Aplikasi per Hari	22 menit/hari	SimilarWeb App Data (Q4 2024)
Jumlah Penjual Aktif di Tokopedia	>1,6 juta toko aktif	Katadata Insight Center (2024)
Kategori Produk Paling Laris	Elektronik (25%), Fashion (20%), Kecantikan (13%)	Tokopedia Insights Report (2024)
Fitur Unggulan yang Paling Digunakan	Tokopedia Now!, GoPayLater, dan Live Shopping	Prayoga & Silitonga (2024)
Tingkat Kepuasan Pengguna (Skor Likert)	4,38 / 5,00	Prihatin & Semmaila (2025), STIE AMKOP Makassar
Kontribusi UMKM terhadap transaksi Tokopedia	34% dari total transaksi	McKinsey Indonesia Digital Report (2024)

Sumber: (Katadata Insight Center, 2022)

Tabel 1. 4 Tabel Pemakaian Traveloka di Indonesia (Tahun 2024)

Aspek	Nilai / Statistik	Sumber Terpercaya
Jumlah Pengguna Aktif Traveloka (Indonesia)	38,2 juta pengguna	DataReportal (2024), <i>Digital 2024: Indonesia</i>
Pangsa Pasar Online Travel Agent (OTA)	52,6% (terbesar di Indonesia)	Katadata Insight Center (2024)
Nilai Transaksi Tahunan (GMV)	Rp 41,7 triliun	Bank Indonesia (2024), <i>E-commerce & Digital Payment Report</i>
Pertumbuhan Pengguna (vs 2023)	+8,3%	McKinsey & Company (2024)
Jumlah Hotel & Mitra Wisata Terdaftar	>180.000 mitra (hotel, maskapai, dan transportasi)	Traveloka Corporate Report (2024)
Kategori Produk Paling Digunakan	Tiket Pesawat (34%), Hotel (29%), Transportasi Darat (21%)	Traveloka Insights (2024)
Durasi Rata-rata Penggunaan Aplikasi	17 menit per hari	SimilarWeb App Analytics (2024)
Rating Aplikasi di Play Store/App Store	4,8 / 5,0 (lebih dari 2 juta ulasan)	Google Play Data (2024)
Fitur Unggulan	Traveloka PayLater, Xperience, dan Easy Reschedule	Hanum (2025), <i>Universitas Islam Indonesia</i>
Kepuasan Pengguna (Skor Likert)	4,45 / 5,00	Hanum (2025), <i>UII Yogyakarta</i>

Sumber: (Katadata Insight Center, 2022)

Menyoroti ¹¹⁹ bahwa perilaku konsumtif mahasiswa tidak hanya berdampak pada keuangan individu, tetapi juga pada pola ekonomi masyarakat digital secara keseluruhan. Ketika perilaku konsumsi mahasiswa meningkat tanpa diimbangi dengan kemampuan produksi atau investasi, maka akan muncul ketidak seimbangan ekonomi mikro yang dapat menimbulkan kerentanan finansial di masa depan. ⁴⁷ Oleh karena itu, penggunaan PayLater dan digital payment perlu diimbangi dengan peningkatan kesadaran dan kontrol diri. (Rahman & Hidayat, 2020).

Selain itu, ¹⁰⁵ perkembangan layanan *Buy Now Pay Later (BNPL)* di Indonesia menunjukkan tren yang sangat signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Otoritas Jasa

Keuangan (OJK) mencatat bahwa pertumbuhan pembiayaan melalui layanan paylater mengalami peningkatan seiring dengan meningkatnya transaksi e-commerce dan penetrasi digital di kalangan masyarakat, khususnya generasi muda (OJK, 2023). Fenomena ini diperkuat oleh data Bank Indonesia (2024) yang menunjukkan bahwa transaksi ekonomi digital Indonesia terus tumbuh pesat, didorong oleh kemudahan akses layanan keuangan berbasis teknologi yang semakin inklusif dan praktis.

Di sisi lain, kemudahan yang ditawarkan oleh layanan paylater tidak hanya memberikan dampak positif dalam hal fleksibilitas keuangan, tetapi juga berpotensi memicu perilaku konsumtif, terutama pada kelompok mahasiswa yang secara psikologis cenderung memiliki kontrol diri yang masih berkembang. Menurut teori perilaku konsumtif, individu ⁵⁶ cenderung melakukan pembelian bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan keinginan, dorongan emosional, dan pengaruh lingkungan sosial (Sumartono, 2002). ¹⁵ Hal ini diperkuat oleh penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa kemudahan akses kredit digital seperti paylater dapat meningkatkan kecenderungan pembelian impulsif dan konsumsi berlebihan (Sari & Kurniawan, 2022).

Lebih lanjut, rendahnya ⁸⁴ tingkat literasi keuangan di kalangan mahasiswa juga menjadi faktor yang memperkuat risiko perilaku konsumtif tersebut. ⁶⁵ Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (2022) menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia masih berada pada kategori sedang, sehingga banyak individu belum mampu mengelola keuangan secara bijak, terutama dalam penggunaan fasilitas kredit digital. ⁸ Kondisi ini menjadi perhatian penting, karena penggunaan paylater tanpa pemahaman yang baik dapat menimbulkan masalah keuangan seperti utang yang menumpuk dan ketidakstabilan finansial di masa depan.

Dengan demikian, fenomena meningkatnya penggunaan paylater di kalangan mahasiswa ¹³⁸ tidak hanya menjadi indikator kemajuan teknologi finansial, tetapi juga menjadi permasalahan yang perlu dikaji lebih dalam. Hal ini dikarenakan adanya

potensi hubungan antara kemudahan akses layanan *paylater* dengan perubahan pola konsumsi mahasiswa yang cenderung lebih konsumtif. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan guna mengetahui sejauh mana pengaruh penggunaan *paylater* terhadap pola konsumtif mahasiswa, khususnya Prodi Manajemen di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri. Mengingat tingginya penggunaan *PayLater* di kalangan mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri, penelitian ini berjudul **PENGARUH PENGGUNAAN *PAYLATER* TERHADAP POLA KONSUMTIF MAHASISWA PRODI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS ISLAM INDRAGIRI DI ERA DIGITAL.**

1.2 Rumusan Masalah

Pada penelitian ini apakah penggunaan layanan *Paylater* berpengaruh terhadap pola konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Indragiri di Era Digital?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui penggunaan layanan *Paylater* berpengaruh terhadap pola konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Indragiri di Era Digital.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen keuangan, perilaku konsumen, dan ekonomi digital, dengan cara:

1. Memberikan pemahaman empiris mengenai pengaruh penggunaan layanan *Paylater* terhadap pola konsumtif mahasiswa, sehingga dapat memperkuat

teori-teori perilaku konsumen dalam konteks digital.

2. ³Menjadi referensi akademik bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa, seperti hubungan antara *fintech*, perilaku konsumtif, dan literasi keuangan di kalangan generasi muda.
3. Menambah literatur mengenai *fintech* berbasis kredit mikro (*Buy Now, Pay Later*) sebagai fenomena baru dalam studi perilaku ekonomi digital, terutama di kalangan mahasiswa.

1.4 Sistematika Penulisan

³⁹Sistematika penulisan dalam penelitian ini disusun agar memudahkan pembaca dalam memahami isi penelitian secara keseluruhan. ³Adapun sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi penjelasan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan. Bagian ini menjelaskan alasan dilaksanakannya penelitian serta arah dan ruang lingkup kajiannya.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang landasan teori yang mendukung pembahasan skripsi, Penelitian Terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi penjelasan mengenai metode penelitian yang digunakan, meliputi jenis penelitian, pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi pengaruh penggunaan *Paylater* terhadap pola konsumtif mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri. Hasil tersebut kemudian dibahas dan diinterpretasikan sesuai dengan teori dan konsep yang telah dijelaskan dalam tinjauan pustaka.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian serta saran yang dapat diberikan kepada pihak terkait berdasarkan temuan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

TELAAH PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1. *Theory of Planned Behavior (TPB)*

(Ajzen, 1991) *Theory of Planned Behavior (TPB)* menyatakan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh niat berperilaku (*behavioral intention*), sedangkan niat tersebut dibentuk oleh tiga faktor utama, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude*), norma subjektif (*subjective norms*), dan kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*). Menurut Ajzen (1991) dalam Dr. Mahyani, (2013) Teori Perilaku Terencana merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action*, dengan menambahkan unsur *perceived behavioral control* sebagai komponen kunci dalam menjelaskan pembentukan niat dan perilaku. Dalam kerangka yang dikemukakan Ajzen, sikap terhadap perilaku dipahami sebagai sejauh mana individu memberikan penilaian evaluatif baik positif maupun negatif terhadap suatu tindakan yang menjadi objek kajian. Hubungan antara sikap dan perilaku tercermin dalam keyakinan individu mengenai suatu tindakan, yang merepresentasikan estimasi subjektif bahwa tindakan tersebut akan menimbulkan konsekuensi tertentu, disertai dengan proses evaluatif yang menggambarkan penilaian implisit terhadap konsekuensi tersebut. Sementara itu, norma subjektif merujuk pada persepsi seseorang terhadap tekanan sosial yang memengaruhi apakah ia seharusnya melakukan atau justru menghindari perilaku tersebut (Ajzen, 1991). Secara umum, norma subjektif diasumsikan memberikan pengaruh positif terhadap pembentukan

niat berperilaku. Namun, temuan meta-analisis yang dilakukan oleh Armitage & Conner, (2001) menunjukkan bahwa norma subjektif justru merupakan prediktor niat yang paling lemah dibandingkan komponen lainnya.

Beberapa kajian menyimpulkan bahwa aspek sikap memiliki peran yang lebih dominan daripada aspek normatif dalam membentuk niat perilaku, karena “pertimbangan personal cenderung mengungguli dampak tekanan sosial yang dipersepsikan” (Ajzen, 1991). Penjelasan alternatif mengenai lemahnya kemampuan prediktif norma subjektif, sebagaimana dikemukakan oleh Trafimow, D., & Finlay, (1996), menyatakan bahwa hanya sebagian kecil individu yang mendasarkan tindakannya terutama pada tekanan sosial yang mereka persepsikan. Dalam banyak kasus, perilaku seseorang dapat dipengaruhi atau diarahkan oleh bentuk norma lain, misalnya norma personal, yaitu keyakinan mengenai kewajiban internal dan komitmen pribadi untuk melaksanakan suatu tindakan tertentu (Harland, P., Staats, H., & Wilke, 1999).

Keyakinan kontrol menggambarkan sejauh mana individu menyadari keberadaan unsur-unsur ⁴ yang dapat mendukung atau justru menghambat pelaksanaan suatu perilaku (Ajzen, 2002). Unsur-unsur tersebut dapat ⁵⁰ berasal dari dalam diri maupun dari lingkungan (Tenenbaum & Eklund, 2020). Faktor internal mencakup pengetahuan, keterampilan, kemampuan, kondisi emosional, serta ketersediaan waktu, sedangkan faktor eksternal mencakup peluang, kejadian tidak terduga, hingga ketergantungan pada

pihak lain. Persepsi individu mengenai kemungkinan hadirnya berbagai faktor tersebut ketika hendak melakukan suatu tindakan membentuk apa yang disebut sebagai kontrol perilaku yang dirasakan. Ajzen, (2002) menegaskan bahwa konsep ini merujuk pada tingkat kontrol yang dipersepsikan seseorang terhadap pelaksanaan suatu tindakan, bukan terhadap konsekuensinya. Dalam kerangka TPB, kontrol perilaku yang dirasakan memiliki fungsi ganda: pertama, berperan ¹⁴⁷bersama sikap dan norma subjektif dalam memengaruhi niat; kedua, bersama niat memengaruhi tindakan pada versi awal TPB. Dalam pengembangan teori selanjutnya, peran tersebut diperluas sehingga kontrol perilaku yang dirasakan juga dipahami sebagai variabel yang memoderasi hubungan antara niat dan perilaku (Fishbein, 2015).

Dalam konteks penggunaan *paylater*, mahasiswa akan cenderung menggunakan *paylater* apabila mereka memiliki sikap positif terhadap kemudahan bertransaksi, mendapatkan dukungan dari teman atau lingkungan sosial, serta merasa mampu mengendalikan pembayaran dan konsekuensi penggunaannya. Ketiga komponen tersebut secara langsung memengaruhi niat mahasiswa dalam menggunakan *paylater* dan pada akhirnya memengaruhi pola konsumtif mereka.

⁹ 2.1.2. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Menurut (Davis, 1989) ⁷⁶penerimaan teknologi melalui dua konstruk utama, yaitu *Perceived Usefulness (PU)* dan *Perceived Ease of Use (PEOU)*. Menurut Sánchez-Prieto, Olmos-Migueláñez, & García-Peñalvo,

(2017) dalam R. N. Rahmawati & Narsa, (2019) Model TAM dikembangkan⁴ berdasarkan Theory of Reasoned Action (TRA) yang diperkenalkan oleh Fishbein dan Ajzen. Dalam pengembangannya, TAM menitikberatkan pada dua komponen utama, yakni⁵⁷ persepsi terhadap kegunaan (*perceived usefulness*/PU) dan persepsi mengenai kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*/PEU). Kedua konstruk ini dianggap sebagai fondasi penting yang memengaruhi penerimaan dan pemanfaatan teknologi oleh individu.

Konstruk kegunaan⁷⁶ merujuk pada keyakinan individu bahwa pemanfaatan suatu sistem mampu meningkatkan efektivitas dan kinerja mereka. Sementara itu, konstruk kemudahan penggunaan menggambarkan persepsi bahwa sistem tersebut dapat dioperasikan tanpa memerlukan upaya fisik maupun mental yang berlebihan. Kedua aspek ini, sebagaimana dijelaskan oleh (Davis, 1989), menjadi landasan utama dalam memahami penerimaan teknologi oleh pengguna.

Menurut Kabir *et al.*,⁵¹ (2022), *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan model yang “berasal dari teori *Theory of Reasoned Action* (TRA), sebuah teori untuk menjelaskan perilaku dan niat individu sehubungan dengan berbagai aktivitas. PU menunjukkan keyakinan pengguna bahwa teknologi memberikan manfaat, sedangkan *PEOU* menunjukkan sejauh mana pengguna merasa teknologi mudah digunakan.⁸⁷ Persepsi kegunaan individu pengguna ini dapat lebih didorong oleh adanya kemudahan (fleksibilitas) dalam penggunaan e-learning (R. N.

Rahmawati & Narsa, 2019).

Keberadaan alat atau sistem yang dirancang dengan tingkat kemudahan penggunaan yang tinggi dapat meningkatkan keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam memanfaatkan teknologi tersebut. Dengan kata lain, semakin sederhana suatu sistem untuk dioperasikan, semakin besar pula kemungkinan seseorang merasa percaya diri untuk menggunakannya (Smet *et al.*, 2012). ⁴⁶ Hal ini akan menghilangkan keengganan bagi setiap pengguna (dalam hal ini mahasiswa) agar cenderung sering mengakses *e-learning*. Situasi tersebut dapat muncul ketika mahasiswa menilai bahwa penggunaan *e-learning* memberikan manfaat yang signifikan bagi proses perkuliahan yang mereka jalani. Keyakinan terhadap kontribusi *e-learning* dalam meningkatkan hasil belajar selanjutnya dapat memengaruhi frekuensi dan konsistensi mahasiswa dalam memanfaatkan platform tersebut (Harris & Fitriansyah, 2018).

Pada layanan *paylater*, mahasiswa lebih cenderung menerima dan menggunakan fitur tersebut apabila mereka merasa *paylater* memberikan manfaat seperti fleksibilitas pembayaran, kemudahan memenuhi kebutuhan mendesak, serta proses transaksi yang cepat. Semakin tinggi persepsi kemudahan dan manfaat *paylater*, semakin besar intensitas penggunaannya dan semakin meningkat kecenderungan konsumtif mahasiswa.

2.1.3. ¹ Pengertian Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan merupakan salah satu fungsi operasional perusahaan yang berkaitan dengan pengolahan keuangan yang pada

dasarnya dilakukan oleh individu, perusahaan, maupun pemerintah. Manajemen keuangan memiliki peranan penting dalam perkembangan sebuah perusahaan. Manajemen keuangan adalah salah satu bidang ilmu pengetahuan yang penting, dengan mempelajari ilmu manajemen keuangan, seseorang akan mempunyai kesempatan yang lebih luas dalam pekerjaan dan perkembangan karirnya. Menurut Agus Harjito dan Martono (2020:4) manajemen keuangan (Financial Management), atau dalam literatur lain disebut pembelanjaan, adalah segala aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan bagaimana memperoleh dana, menggunakan dana dan mengelola aset sesuai tujuan perusahaan secara menyeluruh.

Dengan kata lain manajemen keuangan merupakan manajemen (pengelolaan) mengenai bagaimana memperoleh aset, mendanai aset dan mengelola aset untuk mencapai tujuan perusahaan. Menurut Sutrisno (2020:3) manajemen keuangan atau sering disebut pembelanjaan dapat diartikan sebagai semua aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan usaha-usaha mendapatkan dana perusahaan dengan biaya yang murah serta usaha untuk menggunakan dan mengalokasikan dana tersebut secara efisien. Menurut Abdul Halim dan Sarwoko (2019:3) manajemen keuangan adalah pengelolaan uang dalam suatu organisasi, apakah itu organisasi pemerintah, sekolah, rumah sakit, bank, perusahaan dan lain-lain. Menurut Agus Sartono (2020:1) Manajemen keuangan adalah sebagai manajemen dana baik yang berkaitan dengan pengalokasian dana dalam berbagai bentuk investasi secara efektif maupun usaha pengumpulan dana untuk pembayaran investasi

atau pembelanjaan secara efisien. Menurut Moh. Benny Alexandri (2019:7) pengertian manajemen keuangan adalah sebagai berikut:

- a. Manajemen keuangan dapat diartikan sebagai keseluruhan aktivitas yang bersangkutan dengan usaha untuk mendapatkan dana dan menggunakan dan mengalokasikan dana tersebut.
- b. Manajemen keuangan dapat diartikan sebagai seni dan ilmu pengetahuan tentang mengelola keuangan.
- c. Manajemen keuangan dapat pula diartikan sebagai ilmu yang membahas tentang investasi, pembelanjaan, dan pengelolaan asset-aset dengan beberapa tujuan menyeluruh yang direncanakan.

Menurut J. Fred Weston dan Thomas E. Copeland (2019:3) mengemukakan pengertian manajemen keuangan dapat dirumuskan dari tugas dan tanggung jawab para manajer keuangan, meskipun tugas dan tanggung jawabnya berbeda-beda pada setiap perusahaan, namun tugas pokok manajemen keuangan antara lain menyangkut keputusan tentang penanaman modal, pembiayaan kegiatan usaha dan pembagian deviden pada berbagai perusahaan. Menurut D. Agus Harijto dan Martono (2019:4) manajemen keuangan adalah aktifitas perusahaan yang berhubungan dengan bagaimana memperoleh dana, menggunakan dana, dan mengolah asset sesuai tujuan perusahaan secara menyeluruh. Dari pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen keuangan adalah ilmu mendapatkan dana dan mengelola dana perusahaan supaya produktif. Menurut Raju Maulana, S.E., M.M., dkk. (2024:3), Manajemen ¹¹² keuangan adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian terhadap aktivitas

keuangan guna mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien.

2.1.4. ¹Fungsi Manajemen Keuangan

Fungsi manajemen keuangan terdiri dari tiga keputusan utama yang harus dilakukan oleh suatu perusahaan yaitu keputusan investasi, keputusan pendanaan, dan keputusan dividen. Masing-masing keputusan harus berorientasi padapencapaian tujuan perusahaan. Kombinasi dari ketiganya akan memaksimalkan nilai perusahaan. Ketiga keputusan keuangan diimplementasikan dalam kegiatan sehari-hari untuk mendapatkan laba yaitu, sebagai berikut:

- a. Keputusan Investasi Keputusan investasi adalah masalah bagaimana manajer keuangan harus mengalokasikan dana ke dalam bentuk-bentuk investasi yang akan dapat mendatangkan keuntungan dimasa yang akan datang. Bentuk, macam, dan komposisi dari investasi tersebut akan mempengaruhi dan menunjang tingkat keuntungan dimasa depan. Keuntungan dimasa depan yang diharapkan dari investasi tersebut tidak dapat diperkirakan secara pasti. Oleh karena itu investasi akan mengandung risiko atau ketidak pastian. Risiko dan hasilyang diharapkan dari investasi itu akan sangat mempengaruhi pencapaian tujuan, kebijakan, maupun nilai perusahaan.
- b. Keputusan Pendanaan Keputusan pendanaan ini sering disebut sebagai kebijakan struktur modal. Pada keputusan ini manajer keuangan dituntut untuk mempertimbangkan dan menganalisis kombinasi dari sumber-sumber dana yang ekonomis bagi

perusahaan guna membelanjai kebutuhan - kebutuhan investasi serta kegiatannya.

c. Keputusan Dividen Dividen merupakan bagian keuntungan yang dibayarkan oleh perusahaan kepada para pemegang saham. Oleh karena itu dividen ini merupakan bagian dari penghasilan yang diharapkan oleh pemegang saham.

2.1.5. Tujuan Manajemen Keuangan

Dalam sebuah perusahaan, memaksimalkan laba seringkali merupakan tujuan yang tepat untuk dicapai. Secara konvensional, tujuan perusahaan adalah untuk mendapatkan laba yang sebanyak-banyaknya, atau laba yang maksimal. Menurut Irham Fahmi (2020:4) tujuan manajemen keuangan adalah memaksimumkan nilai perusahaan, menjaga stabilitas finansial dalam keadaan yang selalu terkendali dan memperkecil resiko perusahaan di masa sekarang dan masa yang akan datang. Menurut Dian Wijayanto (2019:233), tujuan manajemen keuangan adalah memaksimalkan kekayaan dan keuntungan. Memaksimalkan keuntungan sering disebut sebagai pendekatan tradisional dan sempit dari tujuan manajemen keuangan. Setiap perusahaan memiliki tujuan utama untuk mendapatkan keuntungan. Keuntungan merupakan indikasi dari efektivitas dan efisiensi bisnis. Tujuan manajemen keuangan adalah memaksimalkan kekayaan dari pemilik perusahaan atau pemegang saham perusahaan. Atau dengan kata lain, tujuan manajemen keuangan adalah memaksimalkan nilai (*value*).

Menurut Tjandrakirana dan Monika (2019), Nilai perusahaan adalah nilai pasar. Nilai pasar digunakan dikarenakan nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Menurut Patra (2019), nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Bagiperusahaan didefinisikan nilai pasar. Nilai pasar merupakan persepsi pasar yang berasal dari investor, kreditur dan stakeholder lain terhadap kondisi perusahaan yang tercermin pada nilai pasar saham perusahaan yang bisa menjadi ukuran nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham (Sujoko dan Soebinto, 2021:131).

II.A.6. ¹⁶⁰ **Konsep Buy Now Paylater (BNPL) Atau Paylater**

Merupakan salah satu inovasi finansial dalam bidang ⁵⁸ *financial technology (fintech)* yang memungkinkan konsumen melakukan pembelian barang atau jasa dengan pembayaran yang ditangguhkan hingga ¹⁵³ jangka waktu tertentu tanpa harus menggunakan kartu kredit (Deloitte, 2022). Menurut Otoritas Jasa Keuangan (Keuangan, 2023) *paylater* termasuk dalam kategori *fintech lending* berbasis konsumtif, di mana platform teknologi finansial berperan sebagai penyedia fasilitas kredit digital bagi pengguna untuk meningkatkan akses ke layanan keuangan formal. Model bisnis BNPL biasanya bekerja sama dengan e-commerce atau merchant online untuk memfasilitasi transaksi pengguna

dengan sistem cicilan ringan dan proses verifikasi berbasis data digital (PwC, 2023).

Secara teoritis, layanan BNPL berakar pada konsep *credit-based consumption theory*, yaitu teori yang menjelaskan bahwa kemudahan akses terhadap kredit jangka pendek dapat meningkatkan perilaku konsumtif masyarakat (Modigliani & Brumberg, 1954).

Dalam konteks digital, teori ini diperkuat oleh ⁴ *Technology Acceptance Model (TAM)* (Davis, 1989), yang menyatakan bahwa adopsi teknologi finansial seperti *paylater* dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan (²⁸ *perceived ease of use*) dan manfaat (¹⁶⁴ *perceived usefulness*). Penelitian Ahmed et al. (2022) dalam *Journal of Retailing and Consumer Services* menegaskan bahwa kemudahan, fleksibilitas, dan kecepatan proses pembayaran menjadi faktor utama yang mendorong konsumen menggunakan BNPL, terutama di kalangan generasi muda.

Dari perspektif ekonomi digital, BNPL dianggap sebagai instrumen untuk memperluas inklusi keuangan (*financial inclusion*) karena mampu menjangkau segmen masyarakat yang tidak memiliki akses ke kredit perbankan konvensional (Bank, 2022). Namun, sejumlah studi seperti (Klapper & Singer, 2023) dalam *Financial Stability Review* memperingatkan risiko meningkatnya utang konsumtif di kalangan pengguna muda akibat perilaku konsumtif impulsif yang dipicu oleh kemudahan akses kredit digital. Oleh karena itu, OJK

(2024) menekankan pentingnya pengawasan regulatif terhadap penyelenggara BNPL untuk memastikan prinsip *responsible lending* diterapkan guna menjaga stabilitas sistem keuangan.

¹⁶ Menurut Zahrufiq (2022 ; Hamidah, et al., 2024) Paylater merupakan jenis teknologi keuangan dengan sistem pengguna dapat menunda pembayaran terhadap suatu produk, di mana penyedia akan memberikan pembayaran kepada toko tempat transaksi produk. Layanan ini dapat menjadi alternatif bagi para pengguna yang terdesak karena belum memiliki uang yang cukup untuk memenuhi kebutuhan mereka. Singkatnya Paylater adalah sebuah layanan kredit online yang mempermudah penggunaannya dalam melakukan transaksi (Hamidah, et al., 2024).

II.A.4. Pola Konsumtif

Pola konsumtif mahasiswa mencerminkan kebiasaan, frekuensi, serta jenis pengeluaran yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, termasuk gaya hidup, pendidikan, dan hiburan. ²⁶ Menurut (Kotler & Keller, 2016), perilaku konsumtif merupakan hasil dari proses pengambilan keputusan untuk membeli dan menggunakan produk berdasarkan motivasi dan pengaruh sosial. (D. Rahmawati, 2021) menegaskan bahwa mahasiswa cenderung konsumtif terhadap produk digital karena adanya kemudahan transaksi dan faktor gengsi sosial di media sosial. Pola konsumtif ini juga dipengaruhi oleh *peer*

pressure dan kemudahan sistem pembayaran non-tunai. (Solomon, 2017) menyebutkan bahwa konsumsi modern ¹¹⁸ bukan lagi sekadar pemenuhan kebutuhan, tetapi menjadi bagian dari pembentukan identitas sosial. Mahasiswa sebagai kelompok usia yang sedang mencari jati diri sering menggunakan konsumsi sebagai alat untuk menunjukkan gaya hidup, status sosial, atau keterlibatan dalam komunitas tertentu. Fenomena ⁴ ini menunjukkan bahwa konsumsi tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan, tetapi juga oleh nilai sosial, simbolik, dan budaya.

Dari sudut etika konsumsi, studi (Sari et al., 2022) juga mengungkap bahwa pola konsumtif mahasiswa dalam belanja online sering kali tidak selaras dengan prinsip etika konsumsi Islam. Mereka belanja secara boros dan berlebihan, yang menurut penilaian etika Islam, tidak hanya bertentangan dengan nilai kesederhanaan tetapi juga bisa menimbulkan konsekuensi sosial dan finansial jangka panjang. Lebih jauh lagi, pandangan konsep diri mahasiswa juga berperan: penelitian oleh (Hikmah & Nurwidawati, 2023) menunjukkan ¹⁰⁰ adanya korelasi negatif antara konsep diri dan perilaku konsumtif-artinya, ¹⁰⁰ mahasiswa yang memiliki konsep diri lebih kuat cenderung lebih mampu mengendalikan dorongan konsumtif.

2.2 Penelitian terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Metode	Hasil Utama
1	N.K.M. Maharani & P.R. Masdiantini (2024)	<i>Optimizing MSME Performance: The Impact of Accounting Bookkeeping, Cash Management, and Working Capital</i>	Kuantitatif (analisis regresi)	Menunjukkan korelasi antara pengelolaan keuangan digital termasuk <i>Paylater</i> dengan perilaku konsumtif dan keputusan pembelian.
2	D.P. Sari & E. Rahayu (2023)	Pengaruh Penggunaan Fitur <i>Paylater</i> terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Era Digital	Kuantitatif (regresi berganda)	Intensitas penggunaan <i>Paylater</i> meningkatkan perilaku konsumtif secara signifikan; literasi finansial berperan sebagai variabel moderasi.
3	N.A. Ramadhan (2022)	Pengaruh Penggunaan <i>Paylater</i> terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Generasi Z di Era Digitalisasi Keuangan	Kuantitatif (survei)	<i>Paylater</i> berpengaruh terhadap keputusan pembelian impulsif dan pengeluaran di luar kebutuhan utama.
4	R. Wahyuni & H. Setiawan (2021)	Pengaruh Layanan <i>Paylater</i> terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa di Kota Bandung	Kuantitatif (korelasi Pearson)	Terdapat korelasi kuat antara frekuensi penggunaan <i>Paylater</i> dan peningkatan pengeluaran konsumtif mahasiswa.
5	S. Fatimah & A. Dwianto (2020)	Pengaruh Literasi Finansial terhadap Penggunaan <i>Paylater</i> dan Dampaknya terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa	Kuantitatif (SEM-PLS)	Literasi finansial rendah meningkatkan intensitas penggunaan <i>Paylater</i> dan perilaku konsumtif digital.
6	H. Zhang & Y. Liu (2019)	<i>The Effect of Digital Credit on Young Consumers' Spending Behavior: Evidence from Emerging Markets</i>	Kuantitatif (cross-sectional survey)	Akses mudah ke kredit digital meningkatkan konsumsi impulsif mahasiswa dan pekerja muda.
7	J. O'Donnell & R. Bente (2018)	<i>Fintech Adoption and Consumer Spending among Millennials: A</i>	Kuantitatif (regresi multivariat)	Adopsi <i>Paylater-style fintech</i> berpengaruh langsung terhadap konsumsi barang non-

No	Peneliti	Judul Penelitian	Metode	Hasil Utama
		<i>Quantitative Study</i>		esensial.
8	D. Prasetyo (2016)	Perkembangan <i>Fintech</i> dan Dampaknya terhadap Pola Konsumsi Generasi Muda di Indonesia	Kuantitatif (deskriptif korelasional)	Inovasi <i>fintech</i> menjadi faktor utama perubahan pola konsumsi mahasiswa di awal era digital.

Sumber: Beberapa penelitian

2.3 Kerangka Pemikiran Teoretis

Menurut (Ajzen, 1991) melalui ⁶² *Theory of Planned Behavior (TPB)*, perilaku seseorang dipengaruhi oleh niat (*intention*) yang terbentuk dari tiga komponen: sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Dalam konteks penelitian ini, penggunaan *Paylater* dipengaruhi oleh sikap mahasiswa terhadap kemudahan transaksi, norma sosial berupa dorongan dari lingkungan dan teman sebaya, serta persepsi kontrol terhadap kemampuan mereka untuk mengelola cicilan *Paylater*. Niat yang kuat untuk menggunakan *Paylater* selanjutnya akan memengaruhi perilaku konsumtif aktual mahasiswa.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Berdasarkan landasan teori penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran yang telah diuraikan, maka hipotesis penelitian ini adalah diduga Penggunaan ⁴ *Paylater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pola konsumtif mahasiswa.

METODE PENELITIAN

3.1 Obyek dan Waktu Penelitian

3.1.1. Obyek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif dari Universitas Islam Indragiri yang pernah atau sedang menggunakan layanan *paylater* (pembayaran tertunda) dalam aktivitas konsumtif mereka. Penelitian akan memfokuskan pada pola konsumtif sebelum dan setelah menggunakan *paylater*.

3.1.2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian direncanakan mulai dilaksanakan pada bulan Desember 2025 – Mei 2026. Rentang waktu ini dipilih untuk memberikan ruang yang cukup dalam proses pengumpulan data, analisis data, dan penyusunan laporan. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa aktif Universitas Islam Indragiri yang pernah atau sedang menggunakan layanan *paylater* dalam aktivitas konsumtif mereka.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1. Jenis Data

Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Pendekatan kuantitatif dipilih karena berlandaskan pada paradigma positivisme yang menekankan pengujian teori melalui proses pengukuran variabel menggunakan angka dan analisis statistik. Pendekatan

asosiatif kausal digunakan untuk menganalisis adanya pengaruh atau hubungan sebab-akibat antara variabel bebas, yaitu penggunaan *paylater* (X), terhadap variabel terikat, yakni pola konsumtif mahasiswa (Y) di era digital. Sebagaimana dijelaskan oleh (Sugiyono, 2022), metode penelitian kuantitatif dimanfaatkan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, dengan proses pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, serta analisis data dilakukan secara statistik guna menguji hipotesis yang telah dirumuskan.

3.2.2. ⁹⁰ Sumber Data

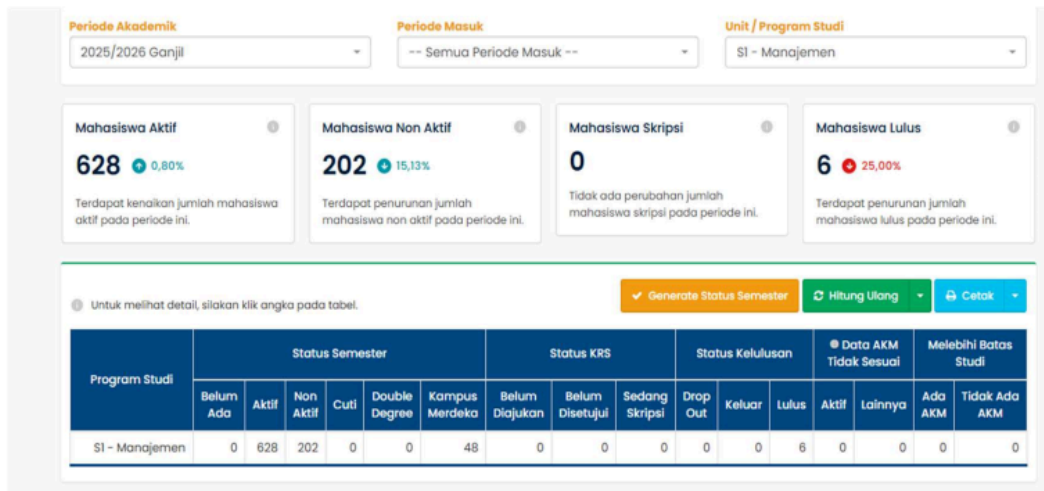
Penelitian ini menggunakan data primer sebagai sumber utama, yang dikumpulkan secara langsung dari responden. Pengumpulan dilakukan melalui kuesioner langsung yang disebarakan kepada ⁸⁴ mahasiswa aktif Universitas Islam Indragiri yang pernah atau sedang memanfaatkan layanan *paylater*. Kuesioner tersebut disusun untuk memperoleh data berbentuk angka terkait variabel penggunaan *paylater* dan pola konsumtif mahasiswa, dengan skala Likert digunakan sebagai alat ukur dalam pengisian jawaban.

⁴² 3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Menurut Sugiono (2017:80), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan selanjutnya ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh ¹³⁹ Mahasiswa Aktif Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Islam Indragiri yang berjumlah 628 Mahasiswa.



Gambar 3.2 Statistik Mahasiswa Aktif S1 Manajemen

Sumber: Sistem Informasi Akademik Universitas Islam Indragiri 2025/2026

125 3.3.2. Sampel

Sampel pada penelitian ini diambil sebagai representasi dari populasi yang dinilai mampu menggambarkan karakteristik mahasiswa pengguna layanan *paylater* di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri. Menurut (Sugiyono, 2022), Sampel merupakan sebagian kecil dari populasi yang mencerminkan ciri serta karakteristik yang dimilikinya. Ketika ukuran populasi terlalu besar dan peneliti tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh anggotanya karena keterbatasan waktu, tenaga, maupun biaya, maka dilakukan pengambilan sampel dari populasi tersebut. Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan metode slovin.

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

Keterangan:

- n = jumlah sampel
- N = jumlah populasi
- e = batas toleransi kesalahan

$$n = \frac{N}{1 + 628(0,10)^2}$$

$$n = \frac{628}{7,28}$$

$$= 86,26$$

Dibulatkan menjadi 86 sampel.

3. 4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan instrumen utama berupa kuesioner. Menurut (Sugiyono, 2022), kuesioner merupakan metode pengumpulan data dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab sesuai dengan kondisi dan pengalaman pribadi mereka. Dalam penelitian ini, kuesioner disusun secara offline menggunakan skala *Likert*, yang berisi beberapa pernyataan terkait variabel penggunaan *paylater* serta pola konsumtif mahasiswa. Instrumen tersebut disebarakan kepada mahasiswa aktif Universitas Islam Indragiri yang pernah atau sedang menggunakan layanan *paylater*. Melalui pendekatan ini, peneliti memperoleh data kuantitatif yang terukur dan relevan guna menganalisis pengaruh penggunaan *paylater* terhadap pola konsumtif mahasiswa pada era digital. Skala linier merupakan alat ukur kuantitatif yang digunakan untuk mengetahui tingkat persetujuan atau intensitas sikap responden terhadap suatu pernyataan dengan interval yang sama antar nilai (Sugiyono, 2019). Skala ini memungkinkan peneliti mengukur respon dari sangat negatif hingga sangat positif secara terukur (Likert, 1932). Dalam penelitian ini, setiap indikator variabel diberi skor dengan rentang sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Skala Likert

Skor	Keterangan
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Netral
4	Setuju
5	Sangat Setuju

Skala linier digunakan untuk dua variabel utama:

1. Variabel X (Penggunaan PayLater) - mengukur kemudahan transaksi, promosi, dan frekuensi penggunaan.
2. Variabel Y (Pola Konsumtif Mahasiswa) - mengukur dorongan membeli, pengaruh sosial, serta kepuasan pasca pembelian.

Penggunaan skala ini membantu peneliti memperoleh data yang kuantitatif, terukur, dan mudah dianalisis secara statistik (Sekaran & Bougie, 2020).

3.5 Analisis Data

Analisis data menjadi salah satu tahapan penting dalam penelitian yang berfungsi untuk mengelola, menafsirkan, serta menyimpulkan hasil dari data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Dalam penelitian ini, proses analisis dilakukan dengan pendekatan kuantitatif menggunakan perangkat lunak IBM SPSS (*Statistical Package For The Social Sciences*) Statistics versi 25 sebagai alat bantu pengolahan data. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier sederhana sebagai pendekatan untuk mengetahui sejauh mana dan ke arah mana pengaruh dari variabel

independen (X), yakni penggunaan *paylater*, terhadap variabel dependen (Y), yaitu pola konsumtif mahasiswa. Teknik ini dipilih karena mampu menggambarkan hubungan kausal secara langsung antara kedua variabel tersebut dalam bentuk persamaan regresi.

Sebelum dilakukan analisis regresi, data yang telah dikumpulkan terlebih dahulu melalui beberapa tahap pengujian, yaitu:

1. Analisis Deskriptif

Analisis ini digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan karakteristik responden (seperti jenis kelamin, fakultas, dan frekuensi penggunaan *paylater*) serta distribusi jawaban responden terhadap setiap indikator variabel penelitian. Data disajikan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi, persentase, mean, dan standar deviasi.

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas dilakukan untuk mengukur keakuratan butir pertanyaan dalam kuesioner dalam mengukur variabel yang dimaksud. Pengujian menggunakan teknik korelasi *Product Moment Pearson*. Suatu butir pernyataan dinyatakan valid jika nilai r hitung $> r$ tabel pada taraf signifikansi 0,05.

b. Uji Reliabilitas dilakukan untuk mengukur tingkat konsistensi dan keandalan instrumen penelitian. Pengujian menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha*. Instrumen dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* $\geq 0,70$.

3. Uji Asumsi Klasik (*Classical Assumption Test*)

Analisis regresi linier mensyaratkan terpenuhinya beberapa asumsi klasik. Pengujian ini dilakukan untuk memastikan model regresi yang dihasilkan adalah *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE). Uji yang dilakukan meliputi:

- a. Uji Normalitas: Untuk menguji apakah residual dari model regresi berdistribusi normal. Pengujian dapat dilakukan dengan *Kolmogorov-Smirnov* atau *Shapiro-Wilk*.
 - b. Uji Linearitas: Untuk menguji apakah hubungan antara variabel X dan Y memang linear. Pengujian dapat dilakukan dengan *Test for Linearity*.
 - c. Uji Heteroskedastisitas: Untuk menguji apakah terdapat varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan. Pengujian dapat dilakukan dengan *Glejser Test*.
4. Analisis Regresi Linier Sederhana dan Uji Hipotesis

Setelah data memenuhi uji asumsi klasik, analisis regresi linier sederhana dilakukan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Model persamaan regresinya adalah:

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan:

Y = Pola konsumtif Mahasiswa

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X = Penggunaan Paylater

e = Error Term

Untuk menguji signifikansi pengaruh tersebut, dilakukan Uji t (Uji Parsial). Kriteria pengambilan keputusan adalah:

- a. Jika nilai Signifikansi (Sig.) $< 0,05$, maka H_1 diterima. Artinya, terdapat pengaruh yang signifikan dari penggunaan paylater terhadap pola konsumtif mahasiswa.
- b. Jika nilai Signifikansi (Sig.) $\geq 0,05$, maka H_1 ditolak. Artinya, tidak terdapat pengaruh yang signifikan

Selain itu, untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel X dalam menerangkan variasi pada variabel Y , dilakukan penghitungan Koefisien Determinasi (R^2). Nilai koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar variasi pada variabel dependen (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel independen (X). Semakin besar nilai R^2 , maka semakin besar pula pengaruh penggunaan paylater terhadap pola konsumtif mahasiswa.

² BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat Universitas Islam Indragiri dan ²Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri

Universitas Islam Indragiri (UNISI) ⁶merupakan salah satu perguruan tinggi swasta yang berada di Kabupaten Indragiri Hilir, Provinsi Riau. Universitas ini didirikan ¹¹¹dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui pendidikan tinggi yang berbasis nilai-nilai keislaman, ilmu pengetahuan, dan teknologi. Sejak berdirinya, Universitas Islam Indragiri terus berkembang dalam menyediakan berbagai program studi ¹⁴²yang relevan dengan kebutuhan masyarakat dan dunia kerja. Salah satu fakultas yang ³⁴memiliki peran penting dalam pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis di daerah tersebut adalah ⁵Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB).

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri memiliki beberapa program studi, salah satunya adalah Program Studi Manajemen, yang bertujuan menghasilkan lulusan yang kompeten di bidang manajemen, kewirausahaan, serta mampu beradaptasi dengan perkembangan ekonomi digital. Seiring dengan perkembangan teknologi dan digitalisasi ekonomi, mahasiswa Program Studi Manajemen tidak hanya mempelajari teori manajemen secara konvensional, tetapi juga memahami fenomena ekonomi digital seperti *financial technology*

(*fintech*), sistem pembayaran digital, serta perubahan perilaku konsumen di era digital. ¹³ Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri merupakan salah satu fakultas yang berfokus pada pengembangan ilmu di bidang ekonomi, manajemen, dan bisnis. Fakultas ini memiliki tujuan untuk mencetak lulusan yang memiliki kemampuan analitis, keterampilan manajerial, serta mampu menghadapi dinamika dunia bisnis modern.

Dalam proses pembelajaran, Fakultas Ekonomi dan Bisnis menekankan pada keseimbangan antara pengetahuan teoritis dan praktik, sehingga mahasiswa dapat memahami berbagai fenomena ekonomi yang terjadi di masyarakat, termasuk perkembangan ekonomi digital dan perilaku konsumen dalam menggunakan layanan keuangan berbasis teknologi. Mahasiswa Program Studi Manajemen di fakultas ini ⁸ berasal dari berbagai latar belakang sosial ekonomi, sehingga memiliki pola konsumsi yang beragam. Perkembangan teknologi finansial seperti layanan *Paylater* ⁴ menjadi salah satu fenomena yang cukup banyak digunakan oleh mahasiswa dalam melakukan transaksi pembelian secara online.

4.2 Hasil Penelitian

³² 4.2.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai profil responden ⁵³ yang menjadi objek penelitian. Informasi mengenai karakteristik responden penting untuk mengetahui latar belakang responden yang berpartisipasi dalam penelitian

sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai kondisi subjek penelitian.

Responden dalam penelitian ini³ adalah Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri yang pernah atau sedang menggunakan layanan *Paylater* sebagai metode pembayaran dalam aktivitas transaksi digital, khususnya dalam kegiatan belanja secara online.

Data responden¹¹⁷ diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara langsung kepada mahasiswa yang memenuhi kriteria penelitian. Dari proses pengumpulan data tersebut diperoleh 86¹⁵⁰ responden yang kemudian dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini.

⁷¹ Karakteristik responden yang dianalisis dalam penelitian ini meliputi:

1. Jenis kelamin responden
2. Usia responden

Analisis karakteristik responden ini bertujuan untuk mengetahui distribusi responden berdasarkan kategori tertentu¹⁶² sehingga dapat memberikan gambaran mengenai profil pengguna layanan *Paylater* di kalangan mahasiswa.

⁷⁵ Distribusi responden dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden

No	Karakteristik	Kategori	Jumlah	Persentase
1	Jenis Kelamin	Laki-laki	24	27,9%
		Perempuan	62	72,1%

No	Karakteristik	Kategori	Jumlah	Persentase
		Total	86	100%
2	Usia	20–21 Tahun	30	34,9%
		22–23 Tahun	40	46,5%
		24–25 Tahun	12	14,0%
		> 25 Tahun	4	4,6%
		Total	86	100%

Sumber: Data diolah Penulis, 2026

Berdasarkan tabel karakteristik responden, diketahui bahwa jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 86 orang. Dilihat dari jenis kelamin, mayoritas responden adalah perempuan sebanyak 62 orang atau sebesar 72,1%, sedangkan responden laki-laki sebanyak 24 orang atau sebesar 27,9%. Hal ini menunjukkan bahwa partisipasi responden dalam penelitian ini didominasi oleh mahasiswa perempuan.

Berdasarkan usia, sebagian besar responden berada pada rentang usia 22–23 tahun sebanyak 40 orang atau sebesar 46,5%. Selanjutnya, responden dengan usia 20–21 tahun sebanyak 30 orang atau sebesar 34,9%. Sementara itu, responden usia 24–25 tahun berjumlah 12 orang atau sebesar 14,0%, dan responden dengan usia di atas 25 tahun sebanyak 4 orang atau sebesar 4,6%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berada pada usia produktif mahasiswa, yaitu berkisar antara 20 hingga 23 tahun.

Dominasi responden perempuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pengguna layanan Paylater di kalangan mahasiswa cenderung lebih banyak berasal dari mahasiswa perempuan dibandingkan mahasiswa laki-laki. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, seperti kecenderungan

mahasiswa perempuan yang lebih aktif dalam kegiatan belanja online, mengikuti tren produk, serta memanfaatkan berbagai promo atau potongan harga yang tersedia pada platform e-commerce.

Selain itu, perkembangan teknologi digital dan kemudahan akses terhadap layanan pembayaran digital seperti Paylater juga memberikan peluang bagi mahasiswa untuk melakukan transaksi secara lebih praktis tanpa harus melakukan pembayaran secara langsung pada saat pembelian. Kondisi ini memungkinkan mahasiswa, khususnya perempuan, untuk memanfaatkan layanan Paylater sebagai alternatif metode pembayaran yang fleksibel dalam memenuhi kebutuhan maupun keinginan konsumsi mereka.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa perempuan, yang menunjukkan bahwa kelompok ini memiliki tingkat partisipasi yang lebih tinggi dalam penggunaan layanan Paylater.

4.3.1 Deskripsi Variabel Penggunaan Paylater (X)

Variabel penggunaan Paylater (X) dalam penelitian ini diukur menggunakan beberapa indikator yang berkaitan dengan:

- kemudahan proses transaksi,
- kepraktisan penggunaan layanan,
- fleksibilitas sistem pembayaran,
- ketertarikan terhadap promo atau potongan harga,
- serta kenyamanan dalam menggunakan layanan Paylater.

Indikator-indikator tersebut disusun dalam bentuk ⁹ pernyataan yang kemudian dijawab oleh responden melalui ⁹ kuesioner penelitian.

Hasil analisis deskriptif terhadap variabel penggunaan Paylater berdasarkan ⁷² pengolahan data menggunakan SPSS dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 2 Deskripsi Variabel Penggunaan Paylater

Variabel	Mean	Std. Deviation	N
Penggunaan Paylater	3,587	0,986	86

²¹ Sumber: Data diolah Penulis, 2026

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai rata-rata (mean) ⁵ variabel penggunaan Paylater sebesar 3,600 dengan nilai standar deviasi sebesar 0,995. Nilai ¹¹⁵ mean tersebut menunjukkan bahwa tingkat penggunaan layanan Paylater oleh responden berada pada kategori tinggi.

²⁵ Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju hingga sangat setuju terhadap pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan penggunaan Paylater. Dengan kata lain, mahasiswa dalam penelitian ini cenderung ³¹ memanfaatkan layanan Paylater sebagai salah satu metode pembayaran dalam melakukan transaksi pembelian.

Kemudahan ²⁴ dalam proses transaksi, fleksibilitas waktu pembayaran, serta berbagai promo yang ditawarkan oleh penyedia layanan Paylater menjadi faktor yang mendorong mahasiswa untuk menggunakan ³¹ layanan tersebut. Selain itu, keberadaan limit kredit yang diberikan oleh penyedia layanan Paylater juga ¹⁵⁹ memberikan kemudahan bagi mahasiswa

untuk melakukan pembelian meskipun belum memiliki dana tunai yang cukup pada saat transaksi dilakukan.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa layanan Paylater cukup populer di kalangan mahasiswa dan menjadi salah satu alternatif metode pembayaran yang banyak digunakan dalam aktivitas belanja online.

4.3.2 Deskripsi Variabel Pola Konsumtif Mahasiswa (Y)

Variabel pola konsumtif mahasiswa (Y) dalam penelitian ini diukur melalui beberapa indikator yang menggambarkan perilaku konsumsi responden, seperti:

- kecenderungan membeli barang yang bukan merupakan kebutuhan utama,
- pembelian secara impulsif,
- pengaruh tren atau gaya hidup,
- peningkatan frekuensi belanja,
- serta kemudahan dalam melakukan pembelian melalui layanan Paylater.

Hasil analisis deskriptif variabel pola konsumtif mahasiswa berdasarkan pengolahan data menggunakan SPSS dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 3 Deskripsi Variabel Pola Konsumtif Mahasiswa

Variabel	Mean	Std. Deviation	N
Pola Konsumtif Mahasiswa	3,320	0,816	86

Sumber: Data diolah Penulis, 2026

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai rata-rata (mean) variabel pola konsumtif mahasiswa sebesar 3,319 dengan nilai standar deviasi sebesar 0,815. Nilai tersebut menunjukkan bahwa tingkat perilaku konsumtif mahasiswa berada pada kategori cukup atau sedang.

Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden memiliki kecenderungan untuk melakukan pembelian barang yang didasarkan pada kebutuhan utama, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor lain seperti tren, keinginan pribadi, maupun kemudahan sistem pembayaran yang ditawarkan oleh layanan Paylater.

Kemudahan dalam melakukan pembayaran tanpa harus mengeluarkan uang secara langsung pada saat transaksi dapat mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian secara lebih sering. Selain itu, adanya berbagai penawaran promo, diskon, serta sistem pembayaran yang fleksibel juga dapat meningkatkan minat mahasiswa untuk melakukan pembelian produk secara berkelanjutan.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa penggunaan layanan Paylater memiliki keterkaitan dengan munculnya kecenderungan perilaku konsumtif pada mahasiswa, meskipun tingkat perilaku konsumtif tersebut masih berada pada kategori sedang.

4.4 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat. Instrumen penelitian dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang seharusnya diukur.

Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan korelasi Pearson Product Moment melalui program SPSS dengan cara melihat hubungan antara variabel Penggunaan Paylater (X) dan Pola Konsumtif Mahasiswa (Y).

Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
X	3.600	.9953	86
Y	3.319767441860	.815845972695	86
	464	086	

Correlations			
		X Y	
X	Pearson Correlation	1	.932**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	86	86
Y	Pearson Correlation	.932**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	86	86

Sumber: Output SPSS, 2026

Berdasarkan hasil pengujian validitas pada tabel di atas diketahui bahwa nilai koefisien korelasi (*Pearson Correlation*) sebesar 0,932 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000.

Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel penggunaan Paylater dengan pola konsumtif mahasiswa.

Selain itu, nilai korelasi sebesar 0,932 menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel tersebut termasuk dalam kategori sangat

kuat.⁹² Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid³ dan layak digunakan sebagai alat pengumpulan data.

4.5⁴ Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi suatu instrumen penelitian. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang mampu memberikan hasil pengukuran yang konsisten apabila digunakan pada waktu yang berbeda.

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha³⁴ melalui program SPSS.

Kriteria pengujian reliabilitas adalah sebagai berikut:

⁶
Tabel 4. 5 Hasil Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.955	2

Sumber: Output SPSS, 2026

41

Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X	3.31976744186 0464	.666	.932	.
Y	3.599999999999 9999	.991	.932	.

27

Sumber: Output SPSS, 2026

3

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,955 dengan jumlah item sebanyak 2 variabel.

Nilai Cronbach's Alpha tersebut lebih besar dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian dalam penelitian ini memiliki tingkat reliabilitas yang sangat tinggi.

106

Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa instrumen penelitian yang digunakan konsisten dan dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian ini.

12

4.6 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian memenuhi asumsi dasar analisis regresi.

25

Dalam penelitian ini, uji asumsi klasik yang dilakukan meliputi:

1. Uji Normalitas
2. Uji Linearitas
3. Uji Heteroskedastisitas

4.6.1 Uji Normalitas¹²

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data dalam penelitian memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki distribusi residual yang normal.

Pengujian normalitas dilakukan dengan melihat nilai residual pada model regresi serta melalui grafik⁶ *Normal Probability Plot* (P-P Plot).

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai rata-rata residual⁸⁸ sebesar 0,000 dengan standar deviasi sebesar 0,295. Hal ini menunjukkan bahwa nilai residual berada di sekitar nilai nol sehingga⁵ dapat dikatakan bahwa data cenderung memiliki distribusi yang normal.

Selain itu, hasil¹⁵ grafik *Normal Probability Plot* (P-P Plot) menunjukkan bahwa titik-titik residual menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa data residual³ dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

4.6.2 Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen bersifat linear atau tidak. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki hubungan linear antara variabel bebas dan variabel terikat.

⁴ Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa nilai korelasi antara variabel penggunaan Paylater dan pola konsumtif mahasiswa sebesar ⁸³ 0,932 dengan nilai signifikansi 0,000.

Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, yang menunjukkan bahwa ¹²³ terdapat hubungan yang signifikan antara kedua variabel. Hal ini menunjukkan bahwa ²⁴ hubungan antara variabel penggunaan Paylater dan pola konsumtif mahasiswa bersifat linear.

⁴ Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi linearitas.

⁴ 4.6.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians residual pada model regresi. Model regresi yang baik adalah model yang tidak mengalami heteroskedastisitas.

Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode Glejser, yaitu dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen.

Berdasarkan hasil analisis diperoleh bahwa nilai residual tidak menunjukkan pola tertentu dan penyebaran data bersifat acak. ⁴ Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

⁴ Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi heteroskedastisitas, sehingga layak digunakan untuk analisis regresi lebih lanjut.

4.7 Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh penggunaan Paylater (X) terhadap pola konsumtif mahasiswa (Y).

Hasil analisis regresi linear sederhana menggunakan program SPSS dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 7 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.569	.121	4.706	.000
	X	.764	.032	23.577	.000

Sumber: Output SPSS, 2026

Berdasarkan tabel di atas dapat diperoleh persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = 0,569 + 0,764X$$

Persamaan regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 0,569 menunjukkan bahwa apabila variabel penggunaan Paylater dianggap konstan atau bernilai nol, maka nilai pola konsumtif mahasiswa sebesar 0,569.
2. Koefisien regresi variabel penggunaan Paylater sebesar 0,764 menunjukkan bahwa setiap peningkatan penggunaan Paylater

sebesar satu satuan akan meningkatkan pola konsumtif mahasiswa sebesar **0,764 satuan**.

Nilai koefisien regresi yang bernilai positif ¹³⁴ menunjukkan bahwa penggunaan Paylater memiliki pengaruh positif terhadap pola konsumtif mahasiswa. ⁵⁹ Artinya, semakin tinggi tingkat penggunaan Paylater oleh mahasiswa, maka kecenderungan perilaku konsumtif mahasiswa juga akan meningkat.

4.8 ³⁴ Uji t (Uji Hipotesis)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

³⁴ Dalam penelitian ini uji t digunakan untuk mengetahui apakah penggunaan Paylater berpengaruh terhadap pola konsumtif mahasiswa.

⁸ Kriteria pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka hipotesis diterima.
2. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka hipotesis ditolak.

⁸⁵ Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 8 Hasil Uji t

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	.569	.121		4.706
2	X	.764	.032	.932	23.577

²⁷ Sumber: Output SPSS, 2026

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 23,577 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000.

Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel penggunaan Paylater berpengaruh signifikan terhadap pola konsumtif mahasiswa.

Dengan demikian, hipotesis dalam penelitian ini diterima, yaitu terdapat pengaruh penggunaan Paylater terhadap pola konsumtif mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri.

4.9 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

Hasil analisis koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 9 Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.932 ^a	.869	.867	.297356578709
				145

Sumber: Output SPSS, 2026

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,869 atau 86,9%.

Hal ini menunjukkan bahwa variabel penggunaan Paylater mampu menjelaskan variabel pola konsumtif mahasiswa sebesar 86,9%, sedangkan

sisanya sebesar 13,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Nilai koefisien determinasi yang tinggi menunjukkan bahwa variabel penggunaan Paylater memiliki kontribusi yang besar dalam mempengaruhi pola konsumtif mahasiswa.

4.10 Pembahasan

4.10.1 Penggunaan Paylater² pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri

¹⁵⁵ Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap² Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri,³ diketahui bahwa penggunaan layanan Paylater di kalangan mahasiswa tergolong cukup tinggi.⁴¹ Hal ini dapat dilihat dari hasil penyebaran kuesioner yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden memanfaatkan layanan¹⁶¹ Paylater untuk melakukan berbagai transaksi pembelian secara online.

Kemudahan yang ditawarkan oleh sistem Paylater, seperti proses pembayaran yang fleksibel, transaksi⁴⁵ yang cepat, serta adanya berbagai promo yang menarik, menjadi faktor yang mendorong mahasiswa untuk menggunakan layanan tersebut. Selain itu, sistem pembayaran¹⁰¹ yang memungkinkan pengguna untuk melakukan pembelian terlebih dahulu dan membayar di kemudian hari membuat Paylater menjadi alternatif yang dianggap praktis oleh mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan maupun keinginan mereka.

Namun demikian, kemudahan akses terhadap layanan Paylater juga berpotensi menimbulkan perilaku konsumsi yang kurang terkontrol apabila tidak disertai dengan pengelolaan keuangan yang baik. Oleh karena itu, penggunaan Paylater perlu disikapi secara bijak agar tidak menimbulkan dampak negatif bagi kondisi keuangan mahasiswa.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Utomo et al. (2024) yang menyatakan bahwa penggunaan Shopee PayLater berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan akses kredit melalui layanan PayLater mendorong mahasiswa untuk meningkatkan konsumsi. Selain itu, penelitian oleh Simamora et al. (2025) juga menemukan bahwa sistem pembayaran PayLater memberikan kemudahan transaksi dan fleksibilitas pembayaran yang dapat meningkatkan kecenderungan konsumtif mahasiswa. Penelitian lain oleh Astuti (2024) juga menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan PayLater berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, terutama karena proses transaksi yang cepat dan praktis sehingga mendorong pembelian impulsif.

Namun demikian, hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Rahima dan Cahyadi (2022) yang menyatakan bahwa penggunaan PayLater tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Perbedaan ini dapat disebabkan oleh perbedaan karakteristik responden, tingkat penggunaan PayLater, serta tingkat literasi keuangan yang berbeda pada masing-masing penelitian.

4.10.2 Pola Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri

¹³⁰ Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa pola konsumtif mahasiswa dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah kemudahan dalam melakukan transaksi pembelian secara online. Perkembangan teknologi digital serta meningkatnya penggunaan platform e-commerce turut mempermudah mahasiswa dalam mengakses berbagai produk yang diinginkan.

Mahasiswa sebagai bagian dari kelompok usia muda cenderung memiliki keinginan yang tinggi untuk mengikuti tren serta gaya hidup yang berkembang di masyarakat. Hal ini dapat mendorong mahasiswa ²⁴ untuk melakukan pembelian tidak hanya berdasarkan kebutuhan, tetapi juga berdasarkan keinginan.

Pola konsumtif mahasiswa dapat terlihat dari kecenderungan melakukan pembelian secara impulsif, ²⁴ tertarik pada promo atau diskon yang ditawarkan, serta adanya dorongan untuk memiliki barang-barang yang sedang populer. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki potensi untuk bersikap konsumtif apabila tidak mampu mengendalikan perilaku konsumsinya dengan baik.

⁸⁵ Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa untuk memiliki kesadaran dalam mengelola keuangan secara lebih bijaksana ⁵⁶ agar tidak terjebak dalam perilaku konsumtif yang berlebihan.

4.10.3 Pengaruh Penggunaan Paylater terhadap Pola Konsumtif Mahasiswa

⁸ Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana yang telah dilakukan, diketahui bahwa variabel penggunaan Paylater memiliki

pengaruh positif terhadap pola konsumtif mahasiswa. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien regresi sebesar 0,764 yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan penggunaan Paylater akan meningkatkan pola konsumtif mahasiswa.

Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 23,577 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti bahwa variabel penggunaan Paylater berpengaruh secara signifikan terhadap pola konsumtif mahasiswa.

Selain itu, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,869 menunjukkan bahwa sebesar 86,9% pola konsumtif mahasiswa dapat dijelaskan oleh variabel penggunaan Paylater, sedangkan sisanya sebesar 13,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin sering mahasiswa menggunakan layanan Paylater, maka kecenderungan perilaku konsumtif

juga akan meningkat. Kemudahan transaksi ¹⁴⁵ tanpa harus membayar secara langsung dapat memicu mahasiswa untuk melakukan pembelian secara lebih mudah, bahkan terkadang tanpa mempertimbangkan kebutuhan secara matang.

³ Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Penggunaan Paylater memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pola konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Indragiri. ²

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh penggunaan Paylater terhadap pola konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Penggunaan layanan Paylater di kalangan Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri tergolong cukup tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa telah memanfaatkan kemudahan teknologi finansial dalam melakukan transaksi pembelian secara online, terutama karena sistem pembayaran yang fleksibel dan proses transaksi yang praktis.
2. Pola konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri menunjukkan adanya kecenderungan perilaku konsumsi yang dipengaruhi oleh kemudahan akses terhadap berbagai produk serta adanya berbagai promo yang ditawarkan oleh platform digital. Mahasiswa cenderung melakukan pembelian tidak hanya berdasarkan kebutuhan, tetapi juga berdasarkan keinginan.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Paylater berpengaruh positif dan signifikan terhadap pola konsumtif mahasiswa prodi manajemen fakultas ekonomi dan bisnis universitas islam indragiri. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar

0,000 lebih kecil dari 0,05. Selain itu, nilai koefisien determinasi sebesar 0,869 menunjukkan bahwa sebesar 86,9% pola konsumtif mahasiswa dipengaruhi oleh penggunaan Paylater, sedangkan sisanya sebesar 13,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 ³⁵Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. ³⁵Bagi Mahasiswa Prodi Manajemen

Mahasiswa diharapkan dapat menggunakan layanan Paylater secara bijaksana dan mempertimbangkan kebutuhan sebelum melakukan pembelian, sehingga tidak menimbulkan perilaku konsumtif yang berlebihan maupun masalah keuangan ⁵di masa yang akan datang.

2. ⁵Bagi Universitas Islam Indragiri

³⁵Pihak Universitas diharapkan dapat memberikan edukasi mengenai literasi keuangan kepada mahasiswa, khususnya terkait penggunaan layanan keuangan digital seperti Paylater, agar mahasiswa dapat lebih bijak dalam mengelola keuangan pribadi.

3. ³Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi pola konsumtif mahasiswa, seperti gaya hidup, literasi keuangan, ⁸atau pengaruh

lingkungan sosial sehingga hasil penelitian dapat menjadi lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2002). Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior. *Journal of Applied Social Psychology*.
- Armitage, C. J., & Conner, M. (2001). *Efficacy of the theory of planned behaviour: A meta-analytic review*. <https://doi.org/10.1348/014466601164939> ER -
- Astuti, M. D. (2024). Pengaruh kemudahan penggunaan PayLater terhadap perilaku konsumtif generasi milenial. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 6(2).
- Bank Indonesia. (2024). *Laporan Ekonomi dan Keuangan Digital Indonesia*.
- Bank, W. (2022). *Financial Inclusion Report 2022*.
- Becker, G. S. (1993). *Human capital: A theoretical and empirical analysis with special reference to education* (3rd ed.). University of Chicago Press.
- Center, K. I. (2022). *Laporan Fintech dan Konsumsi Digital Indonesia 2022*.
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). An analysis of personal financial literacy among college students. *Financial Services Review*, 7(2), 107–128.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Deloitte. (2022). *The Rise of Buy Now, Pay Later: Implications for Financial Services*. Deloitte Insights.
- Dewi, N. K., & Warmika, I. G. K. (2017). Pengaruh faktor psikologis terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(6), 3025–3051.
- Dr. Mahyani. (2013). Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior (Sebuah kajian historis tentang perilaku). *Jurnal El-Riyasah*, 4, 13–23.
- Fishbein, M. (2015). *Reasoned Action Approach*. Routledge.
- Gathergood, J., & Weber, J. (2017). Financial literacy, present bias and alternative mortgage products. *Journal of Banking & Finance*, 78, 58–83.

- Harland, P., Staats, H., & Wilke, H. A. M. (1999). *Explaining pro-environmental intention and behavior by personal norms and the Theory of Planned Behavior* *JO - Journal of Applied Social Psychology* PY - 1999 VL - 29 IS - 12 SP - 2505 EP - 2528 DO - 10.1111/j.1559-1816.1999.tb00123.x ER -.
- Harris, I., & Fitriansyah, A. (2018). Pengaruh Efektifitas Diri Dan Spesifik Internet Terhadap Tingkat Ansietas Pengguna Internet. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 97–108. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.233>
- Hidayat, M., & Susanto, A. (2023). Gaya hidup dan perilaku konsumtif pengguna Shopee Paylater generasi Z. *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, 5(1), 44–57.
- Hikmah, S., & Nurwidawati, R. (2023). Konsep diri dan perilaku konsumtif mahasiswa pengguna layanan keuangan digital. *Jurnal Psikologi Terapan Dan Pendidikan*, 9(1), 23–33.
- Kabir, K. H., Hassan, F., Mukta, M. Z. N., Roy, D., Darr, D., Leggette, H. R., & Ullah, S. M. A. (2022). Application of the technology acceptance model to assess the use and preferences of ICTs among field-level extension officers in Bangladesh. *Digital Geography and Society*, 3, 100027. <https://doi.org/10.1016/j.diggeo.2022.100027>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Statistik Fintech Lending Indonesia 2022*.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023). *Laporan Tahunan Financial Technology 2023*.
- Klapper, L., & Singer, D. (2023). Digital credit and financial stability: Emerging risks in the BNPL era. *Financial Stability Review*, 28(3), 115–130.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44.
- Maulana, R., dkk. (2024). *Manajemen keuangan syariah: teori dan praktik*. Yogyakarta: PT. Penamuda Media.
- Modigliani, F., & Brumberg, R. (1954). *Utility analysis and the consumption function: An interpretation of cross-section data* *BT - Post-Keynesian Economics* PP - Rutgers University Press (pp. 388–436).
- Nasution, M., & Prasetyo, Y. (2020). Transformasi digital dan perilaku ekonomi masyarakat modern. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 23(2), 120–134.

- Nugroho, A., & Iramani, R. (2021). Pengaruh literasi keuangan dan sikap keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 45–57.
- Putra, I. G. N. A., & Rahyuda, H. (2019). Peran gaya hidup dalam memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 8(12), 1457–1482.
- Putri, A. L. (2021). Perilaku konsumtif masyarakat di era digital. *Jurnal Perilaku Konsumen Indonesia*, 5(1), 33–42.
- Pratiwi, N. L. P. E., & Yasa, N. N. K. (2022). Peran teknologi finansial dalam meningkatkan perilaku konsumsi generasi milenial. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(2), 89–101.
- PwC. (2023). *BNPL Market Outlook 2023: Consumer Credit in the Digital Era*. PwC Insights.
- Rahima, P., & Cahyadi, I. (2022). Pengaruh fitur Shopee PayLater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Mataram. *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.30812/target.v4i1.2016>
- Rahman, A., & Hidayat, T. (2020). Pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna e-wallet. *Jurnal Psikologi Dan Ekonomi Islam*, 4(2), 78–89.
- Rahmawati, D. (2021). Pola konsumtif mahasiswa dan faktor pendorong perilaku belanja online. *Jurnal Ekonomi Digital Dan Bisnis Syariah*, 3(2), 45–56.
- Rahmawati, R. N., & Narsa, I. M. (2019). Penggunaan e-learning dengan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Inovasi Teknologi Pendidikan*, 6(2), 127–136. <https://doi.org/10.21831/jitp.v6i2.26232>
- Rook, D. W. (1987). The buying impulse. *Journal of Consumer Research*, 14(2), 189–199.
- Sari, N., Wahyuni, L., & Harpepen, S. (2022). Etika konsumsi Islam dalam perilaku belanja mahasiswa digital. *Jurnal Ekonomi Islam Indonesia*, 9(2), 89–101.
- Sari, D., & kuriawan, A. (2022). Pengaruh paylater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal ekonomi digital*.
- Schwab, K. (2017). *The Fourth Industrial Revolution*. Crown Business.
- Simamora, D., Suryatri, I., Hanifa, R., Dekas, R., Haqiqi, T. M., & Mardony, D. (2025). Pengaruh literasi keuangan dan sistem pembayaran Shopee PayLater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 12(1), 45–56

- Smet, indy De, Bourgonjon, J., Wever, B. De, Schellens, T., & Valcke., dan M. (2012). *Researching instructional use and the technology acceptance of learning management systems by secondary school teachers*.
- Solomon, M. R. (2017). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. Pearson Education.
- Sudirman, I. W., & Suasana, I. G. A. K. G. (2021). Pengaruh kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap minat penggunaan fintech. *Jurnal Manajemen*, 15(2), 230–245.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap Dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. <https://www.alfabeta.co.id/produk/metode-penelitian-kuantitatif-kualitatif-dan-rd/>
- Tenenbaum, G., & Eklund, R. C. (2020). *Handbook of Sport Psychology (4th ed.)*. Wiley.
- Thaler, R. H. (1985). Mental accounting and consumer choice. *Marketing Science*, 4(3), 199–214.
- Trafimow, D., & Finlay, K. A. (1996). *The importance of subjective norms for a minority of people: Between-subjects and within-subjects analyses*. <https://doi.org/10.1177/0146167296228005> ER -
- Utomo, S. B., Hamka, H., Burhanuddin, B., Yuliantina, D., & Munizu, M. (2024). Pengaruh literasi keuangan, penggunaan Shopee PayLater dan lifestyle terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(2). <https://doi.org/10.29040/jie.v8i2.13069>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478.
- Wijaya, H., & Kusuma, A. (2023). Media sosial dan pembelian impulsif pengguna paylater generasi muda. *Jurnal Perilaku Konsumen*, 8(1), 41–58.
- Xiao, J. J. (2016). Consumer financial capability and wellbeing. *Handbook of Consumer Finance Research*, 3–17.
- Zhang, Y., & Zhao, R. (2020). Digital payment and consumer behavior: Evidence from mobile payment adoption. *Electronic Commerce Research*, 20(4), 1–23.

LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Pola Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Indragiri

Petunjuk Pengisian

Berikan tanda (✓) pada jawaban yang sesuai dengan kondisi Anda:

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

Identitas Responden

No	Keterangan	Jawaban
1	Nama	:
2	Usia	:
3	Jenis Kelamin	☐ Laki-laki ☐ Perempuan
4	Program Studi	☐ Manajemen ☐ Akuntansi ☐ Bisnis Digital
5	Apakah Anda menggunakan Paylater?	☐ Ya ☐ Tidak

A. Penggunaan Paylater (X)

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Saya menggunakan fitur Paylater untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari	☐	☐	☐	☐	☐
2	Paylater memudahkan saya dalam melakukan transaksi tanpa uang tunai	☐	☐	☐	☐	☐
3	Saya sering menggunakan Paylater meskipun tidak terlalu membutuhkan barang tersebut	☐	☐	☐	☐	☐
4	Saya merasa terbantu dengan adanya sistem pembayaran Paylater	☐	☐	☐	☐	☐
5	Saya menggunakan Paylater karena prosesnya cepat dan mudah	☐	☐	☐	☐	☐

B. Pola Konsumtif (Y)

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
6	Saya sering membeli barang yang sebenarnya tidak saya butuhkan	☐	☐	☐	☐	☐
7	Saya tertarik membeli barang karena diskon atau promo	☐	☐	☐	☐	☐
8	Saya membeli barang untuk mengikuti tren	☐	☐	☐	☐	☐
9	Saya merasa puas setelah berbelanja menggunakan Paylater	☐	☐	☐	☐	☐
10	Saya sering berbelanja tanpa perencanaan sebelumnya	☐	☐	☐	☐	☐
11	Saya kesulitan mengontrol pengeluaran setelah menggunakan Paylater	☐	☐	☐	☐	☐
12	Saya lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan	☐	☐	☐	☐	☐

LAMPIRAN HASIL KOESIONER

11 No.	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Rata-Rata	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20	Rata- Rata
1	5	5	5	5	3	3	3	3	2	4	3,8	3	3	3	3	2	2	2	5	2	3	2,8
2	5	5	5	4	5	5	4	5	2	3	4,3	4	5	2	2	2	2	2	4	2	2	2,7
3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2,1
4	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2,8	2	3	3	4	2	2	2	2	2	2	2,4
5	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	3,9	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3,9
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4,6
8	5	4	5	3	5	4	2	5	2	4	3,9	2	2	2	4	2	2	2	3	2	3	2,4
9	4	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2,9	2	4	1	3	3	2	2	3	2	1	2,3
10	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	4,6	2	3	2	2	2	2	2	5	5	4	2,9
11	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2,2
12	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3,8
13	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2,9
14	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4,8	4	5	2	2	4	4	4	5	5	5	4
15	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
16	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	3,9	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3,9
17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

11 No.	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Rata-Rata	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20	Rata- Rata
18	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	4,7	3	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4,2
19	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3,9	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3,8
20	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
21	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4,8	4	5	2	2	4	4	4	5	5	5	4
22	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3,1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
23	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	3,7
24	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	4,7	3	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4,2
25	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
26	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	3,9	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3,9
27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
28	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	4,7	3	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4,2
29	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3,9	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3,8
30	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
31	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4,8	4	5	2	2	4	4	4	5	5	5	4
32	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3,1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
33	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	3,7
34	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	4,7	3	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4,2
35	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
36	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	3,9	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3,9

70 No.	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Rata-Rata	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20	Rata- Rata
37	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
38	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	4,7	3	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4,2
39	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3,9	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3,8
40	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
41	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4,8	4	5	2	2	4	4	4	5	5	5	4
42	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3,1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
43	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	3,7
44	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	4,7	3	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4,2
45	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
46	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	3,9	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3,9
47	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
48	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	4,7	3	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4,2
49	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3,9	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3,8
50	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
51	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4,8	4	5	2	2	4	4	4	5	5	5	4
52	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3,1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
53	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	3,7
54	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	4,7	3	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4,2
55	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2

11 No.	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Rata-Rata	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20	Rata- Rata
56	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	3,9	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3,9
57	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
58	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	4,7	3	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4,2
59	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3,9	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3,8
60	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
61	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4,8	4	5	2	2	4	4	4	5	5	5	4
62	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3,1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
63	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	3,7
64	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	4,7	3	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4,2
65	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
66	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	3,9	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3,9
67	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
68	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	4,7	3	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4,2
69	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3,9	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3,8
70	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
71	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4,8	4	5	2	2	4	4	4	5	5	5	4
72	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3,1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
73	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	3,7
74	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	4,7	3	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4,2

No.	61 Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Rata-Rata	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20	Rata- Rata
75	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
76	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	3,9	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3,9
77	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
78	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	4,7	3	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4,2
79	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3,9	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3,8
80	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
81	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4,8	4	5	2	2	4	4	4	5	5	5	4
82	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3,1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
83	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	3,7
84	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	4,7	3	5	2	2	5	5	5	5	5	5	4,2
85	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
86	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	3,9	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3,9

DELETE VARIABLES RES_1 ABS_RES PRE_1 RES_2.

Delete Variables

13 Notes		
Output Created		08-MAR-2026 16:39:34
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet2
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
Syntax		DELETE VARIABLES RES_1 ABS_RES PRE_1 RES_2.
23 Resources	Processor Time	00:00:00,00
	Elapsed Time	00:00:00,00

Warnings

Text: RES_1 Command: DELETE VARIABLES

17
An undefined variable name, or a scratch or system variable was specified in a variable list which accepts only standard variables.
Check spelling and verify the existence of this variable.
Execution of this command stops.

Text: ABS_RES Command: DELETE VARIABLES

An undefined variable name, or a scratch or system variable was specified in a variable list which accepts only standard variables.
Check spelling and verify the existence of this variable.

Text: PRE_1 Command: DELETE VARIABLES

18
An undefined variable name, or a scratch or system variable was specified in a variable list which accepts only standard variables.
Check spelling and verify the existence of this variable.

Text: RES_2 Command: DELETE VARIABLES

18
An undefined variable name, or a scratch or system variable was specified in a variable list which accepts only standard variables.
Check spelling and verify the existence of this variable.

EXECUTE.

* =====

* 1. UJI VALIDITAS (Product Moment Pearson)

* =====

CORRELATIONS

13
/VARIABLES = X Y

/PRINT = TWOTAIL NOSIG

/STATISTICS DESCRIPTIVES.

Correlations

Notes		
Output Created	08-MAR-2026 16:44:37	
Comments		
Input	10 Active Dataset	DataSet2
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data	86
	File	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax	CORRELATIONS /VARIABLES = X Y /PRINT = TWOTAIL NOSIG /STATISTICS DESCRIPTIVES.	
Resources	Processor Time	00:00:00,02
	Elapsed Time	00:00:00,01

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X	3.600	.9953	86
Y	3.319767441860	.815845972695	86
	464	.086	

Correlations

		X	Y
X	Pearson Correlation	1	.932**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	86	86
Y	Pearson Correlation	.932**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	86	86

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

*
 6
 * 2. UJI RELIABILITAS (Cronbach's Alpha)
 *

RELIABILITY

13
 /VARIABLES = X Y
 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
 /MODEL = ALPHA
 /STATISTICS = DESCRIPTIVE SCALE
 /SUMMARY = TOTAL.

Reliability

Notes		
Output Created	08-MAR-2026 16:44:37	
Comments		
Input	5 Active Dataset	DataSet2
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data	86
	File	
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax	RELIABILITY /VARIABLES = X Y /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL = ALPHA /STATISTICS = DESCRIPTIVE SCALE /SUMMARY = TOTAL.	
Resources	Processor Time	00:00:00,00
	Elapsed Time	00:00:00,01

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N %	
Cases	Valid	86	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	86	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.955	2

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X	3.599999999999999 999	.995282992567 505	86
Y	3.319767441860 464	.815845972695 094	86

6 Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X	3.31976744186 0464	.666	.932	
Y	3.59999999999 9999	.991	.932	

94

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
6.919767441860	3.170	1.78040443306	2
463		5836	

*=====

* 3. **UJI ASUMSI KLASIK**

*=====

* 3.1 **UJI NORMALITAS RESIDUAL (Kolmogorov-Smirnov & Shapiro-Wilk)**

66-----

REGRESSION

/MISSING LISTWISE
 /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
 /CRITERIA = PIN(.05) POUT(.10)
 /NOORIGIN
 /DEPENDENT Y
 /METHOD = ENTER X
 /SAVE RESID(RES_1).

E 82 **MINE VARIABLES = RES_1**

/PLOT BOXPLOT NPLOT
 /COMPARE GROUP
 /STATISTICS DESCRIPTIVES
 /INTERVAL 95
 /MISSING LISTWISE
 /NOTOTAL.

Explore

Notes

Output Created		08-MAR-2026 16:44:38
14	Comments	
Input	Active Dataset	DataSet2
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	86
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values for dependent variables are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any dependent variable or factor used.
Syntax		EXAMINE VARIABLES = RES_1 /PLOT BOXPLOT NPLOT /COMPARE GROUP /STATISTICS DESCRIPTIVES /INTERVAL 95 /MISSING LISTWISE /NOTOTAL.
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.00

Warnings

Text: RES_1 Command: EXAMINE

An undefined variable name, or a scratch or system variable was specified in a variable list which accepts only standard variables.

Check spelling and verify the existence of this variable.

Execution of this command stops. No dependent variables were specified. EXAMINE requires a set of

dependent variables for analysis. Check your EXAMINE command.

* 3.2 UJI LINEARITAS (Test for Linearity)

```
5-----  
MEANS TABLES = Y BY X  
/CELLS = MEAN COUNT STDDEV  
/STATISTICS LINEARITY.
```

* 3.3 UJI HETEROSKEDASTISITAS (Glejser Test)

```
30-----  
COMPUTE ABS_RES = ABS(RES_1).  
EXECUTE.
```

```
REGRESSION  
/MISSING LISTWISE  
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA  
/CRITERIA = PIN(.05) POUT(.10)  
/NOORIGIN  
/DEPENDENT ABS_RES  
/METHOD = ENTER X.
```

Regression

Notes		
Output Created		08-MAR-2026 16:44:38
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet2
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
5 Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
Syntax		REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA = PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT ABS_RES /METHOD = ENTER X.
Resources	Processor Time	00:00:00,00
	Elapsed Time	00:00:00,00

23

Warnings

Text: ABS_RES Command: REGRESSION

An undefined variable name, or a scratch or system variable was specified in a variable list which accepts only standard variables.

Check spelling and verify the existence of this variable.

Execution of this command stops.

```
* =====  
* 4. ANALISIS REGRESI LINEAR SEDERHANA & UJI HIPOTESIS  
* =====
```

```
54  
REGRESSION  
/MISSING LISTWISE  
/STATISTICS COEFF OUTS CI(95) R ANOVA  
/CRITERIA = PIN(.05) POUT(.10)  
/NOORIGIN  
/DEPENDENT Y  
/METHOD = ENTER X  
/SAVE PRED(PRE_1) RESID(RES_2).
```

Regression

Notes

Output Created		08-MAR-2026 16:44:38
7 Comments		
Input	Active Dataset	DataSet2
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	86
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
Syntax		REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS CI(95) R ANOVA /CRITERIA = PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT Y /METHOD = ENTER X /SAVE PRED(PRE_1) RESID(RES_2).
Resources	Processor Time	00:00:00,00
	Elapsed Time	00:00:00,01
	Memory Required	2400 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots	0 bytes
Variables Created or Modified	PRE_1	Unstandardized Predicted Value
	RES_2	Unstandardized Residual

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Y

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.932 ^a	.869	.867	.297356578709145

6

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	49.149	1	49.149	555.853	.000 ^b
	Residual	7.427	84	.088		
	Total	56.576	85			

25

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.569	.121		4.706	.000
	X	.764	.032	.932	23.577	.000

Coefficients^a

99

95,0% Confidence Interval for B

Model		Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	.329	.810
	X	.700	.828

33

a. Dependent Variable: Y

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2.0973446369 17114	4.3893876075 74463	3.3197674418 60467	.76041039087 7279	86
Residual	- 1.1837817430 49622	.37462684512 1384	.000000000000 0001	.29560224729 9725	86
Std. Predicted Value	-1.608	1.407	.000	1.000	86
Std. Residual	-3.981	1.260	.000	.994	86

a. Dependent Variable: Y

PENGARUH PENGGUNAAN PAYLATER TERHADAP POLA KONSUMTIF MAHASISWA PRODI MANAJEMEN FEB UNISI DI ERA DIGITAL.docx

ORIGINALITY REPORT

44%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	repository.unas.ac.id Internet	813 words — 5%
2	repository.unisi.ac.id Internet	593 words — 4%
3	repository.umsu.ac.id Internet	357 words — 2%
4	repository.uinsaizu.ac.id Internet	354 words — 2%
5	etd.uinsyahada.ac.id Internet	335 words — 2%
6	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet	190 words — 1%
7	repository.umpri.ac.id Internet	129 words — 1%
8	repository.uin-suska.ac.id Internet	102 words — 1%
9	eprints.walisongo.ac.id Internet	96 words — 1%
10	etheses.uin-malang.ac.id Internet	87 words — 1%
11	digilib.uin-suka.ac.id Internet	86 words — 1%
12	repositori.unibos.ac.id Internet	

86 words — 1%

13 repository.ar-raniry.ac.id
Internet

78 words — 1%

14 e-campus.iainbukittinggi.ac.id
Internet

77 words — 1%

15 repo.unugha.ac.id
Internet

73 words — < 1%

16 eskripsi.usm.ac.id
Internet

69 words — < 1%

17 repo.poltekkes-medan.ac.id
Internet

67 words — < 1%

18 spssx-discussion.165.s1.nabble.com
Internet

66 words — < 1%

19 digilib.uinkhas.ac.id
Internet

59 words — < 1%

20 www.coursehero.com
Internet

59 words — < 1%

21 ejurnal.ung.ac.id
Internet

58 words — < 1%

22 docs.neu.edu.tr
Internet

57 words — < 1%

23 sdh.upt.edu.vn
Internet

57 words — < 1%

24 Fadhilatun Nisa, Anisa Sains Kharisma, Nasiruddin Nasiruddin,
Dumadi Dumadi, Roni Roni. "Pengaruh Penggunaan Paylater dan
Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Ibu Rumah Tangga di Desa Siandong",
Indonesian Journal of Multidisciplinary on Social and Technology, 2026
Crossref

55 words — < 1%

25 repository.ppns.ac.id
Internet

55 words — < 1%

26	repository.unissula.ac.id Internet	55 words — < 1%
27	repository.unpkediri.ac.id Internet	55 words — < 1%
28	Rahmat Rahim, Muhammad Nur, Fajar Ladung. "Pengaruh Intensitas Penggunaan E-Wallet terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Parepare", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026 Crossref	52 words — < 1%
29	jecco.ppj.unp.ac.id Internet	51 words — < 1%
30	repositori.uma.ac.id Internet	51 words — < 1%
31	Garin Muhamad Arya, Intan Tania Zahra, Natasya Aurelia, Sri Damayanti. "Motif Ekonomi Mahasiswa Dalam Penggunaan Fitur Paylater Sebagai Bentuk Konsumsi Di Era Ekonomi Digital", Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan, 2026 Crossref	50 words — < 1%
32	e-theses.iaincurup.ac.id Internet	49 words — < 1%
33	repository.uinjkt.ac.id Internet	49 words — < 1%
34	repositori.unsil.ac.id Internet	48 words — < 1%
35	idr.uin-antasari.ac.id Internet	47 words — < 1%
36	jurnal.univpgri-palembang.ac.id Internet	46 words — < 1%
37	ejournal.cibinstitut.com Internet	44 words — < 1%
38	repofeb.undip.ac.id Internet	38 words — < 1%

39	repository.umnaw.ac.id Internet	38 words — < 1%
40	dspace.uui.ac.id Internet	37 words — < 1%
41	eprints.ahmaddahlan.ac.id Internet	37 words — < 1%
42	eprints.umsb.ac.id Internet	37 words — < 1%
43	repository.ipb.ac.id Internet	36 words — < 1%
44	Ade Rachmawati Nurfitri, Endang Setyaningsih, Dimyati Dimyati, Winarsih Winarsih. "Pengaruh Kualitas Produk dan Kewajaran Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Pada Produk Smartphone Transsion)", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2025 Crossref	35 words — < 1%
45	Alif Nur Kholifah, Nafiisa Amelia Rahmah, Syakila Deliwarna. "Analisis Pengaruh Buy Now Pay Later Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Di Era Digital 2026", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026 Crossref	33 words — < 1%
46	www.researchgate.net Internet	33 words — < 1%
47	Harfian Harfian, Basri Bado, Sri Astuty, Diah Retno Dwi Astuti, Abdul Rajab. "Analisis Dampak Layanan PayLater terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa di Kota Makassar (Studi Kasus Mahasiswa UNM)", Bisnis-Net Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 2025 Crossref	31 words — < 1%
48	Angger Kusumodewi, Nazifah Husainah, Cecep Haryoto. "PENGARUH MOTIVASI, KOMPETENSI, KEPRIBADIAN DAN DISIPLIN TERHADAP KINERJA KARYAWAN", Perspektif, 2021 Crossref	30 words — < 1%
49	repository.eka-prasetya.ac.id Internet	30 words — < 1%

50	ihsan.yrpk.org Internet	28 words — < 1%
51	kc.umn.ac.id Internet	28 words — < 1%
52	repository.uinib.ac.id Internet	28 words — < 1%
53	repo.darmajaya.ac.id Internet	27 words — < 1%
54	repository.ampta.ac.id Internet	27 words — < 1%
55	Muhamad Jaka Umbaran, Suroso Suroso, Dwi Epty Hidayaty. "Pengaruh Employee Engagement dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Pegawai pada Dinas Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana Kabupaten Karawang", Journal Of Administration and Educational Management (ALIGNMENT), 2026 Crossref	26 words — < 1%
56	cdn.juris.id Internet	25 words — < 1%
57	repositori.buddhidharma.ac.id Internet	25 words — < 1%
58	Yossy Imam Candika, Faicha Sintya Riadi, Eka Lestari Hafqi Putri, Novyandri Taufik Bahtera. "Kecenderungan penggunaan paylater di kalangan mahasiswa: Peran perilaku konsumtif dan tekanan sosial", Journal of Management and Digital Business, 2025 Crossref	24 words — < 1%
59	repository.unsoed.ac.id Internet	24 words — < 1%
60	repository.upi.edu Internet	24 words — < 1%
61	www.tandfonline.com Internet	24 words — < 1%

62	Diah Mey Saputri. "Pengaruh pemasaran media sosial dan minat beli terhadap keputusan pembelian konsumen", <i>Journal of Management and Digital Business</i> , 2026 Crossref	23 words — < 1%
63	repository.unhas.ac.id Internet	23 words — < 1%
64	www.journal.iaintakengon.ac.id Internet	23 words — < 1%
65	Safinatun Nazah, Yoyok Priyo Hutomo, Saepul Anwar. "Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Technology, dan Self-Efficacy Keuangan terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa", <i>RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business</i> , 2026 Crossref	22 words — < 1%
66	eprints.unimudasorong.ac.id Internet	22 words — < 1%
67	eprints.untagcirebon.ac.id Internet	22 words — < 1%
68	repository.lib.pcr.ac.id Internet	22 words — < 1%
69	repository.nobel.ac.id Internet	22 words — < 1%
70	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet	21 words — < 1%
71	epub.imandiri.id Internet	21 words — < 1%
72	Ajeng Resti Fauzi, Kholida Atiyatul Maula. "Pengaruh Pemahaman, Kesadaran, Tarif Pajak dan Pelayanan Perpajakan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kabupaten Karawang", <i>Akuisisi: Jurnal Akuntansi</i> , 2020 Crossref	20 words — < 1%
73	ejournal.tamanlitera.id Internet	20 words — < 1%

74	Nur Rahmi Elza Ms, Ananda Nayla, Daisya Salsabila Silitonga, Laila Fajri, Hilmiatus Sahla. "Eksplorasi Kualitatif Motif Penggunaan Fitur Paylater Pada Mahasiswa: Antara Kebutuhan Dan Gaya Hidup Konsumtif", Indonesian Journal of Multidisciplinary on Social and Technology, 2026 Crossref	19 words — < 1%
75	Riyanda, Fasa Yogi. "Peningkatan Employee Performance Melalui Knowledge Donating, Work Experience dan Workplace Spirituality Dengan Innovation Behaviour Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Karyawan Nasmoco Jateng & Diy)", Universitas Islam Sultan Agung (Indonesia), 2023 ProQuest	19 words — < 1%
76	jurnal.fe.unram.ac.id Internet	19 words — < 1%
77	Afifah Salsabila, Iwan Asmadi. "Pengaruh Brand Image dan Loyalitas Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk Indomie di Jakarta Barat", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026 Crossref	18 words — < 1%
78	Clarisa Khotimatul Fitriyah, Rizky Nur Ayuningtyas Putri. "Literasi Keuangan Syariah Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Generasi Z Dengan Variabel Mediasi Penggunaan Paylater", Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING), 2024 Crossref	18 words — < 1%
79	jurnal.aksaraglobal.co.id Internet	18 words — < 1%
80	Siti Dutufiyah. "Pengaruh Literasi Keuangan dan Pemanfaatan Artificial Intellegence terhadap Keputusan Investasi Siswa", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026 Crossref	17 words — < 1%
81	indojurnal.com Internet	17 words — < 1%
82	Harripersad, Rajesh Sahadeo. "Relationship between Transformational Leadership and Adult Attachment in Licensed Behavioral Health Leaders", Grand Canyon University, 2021 ProQuest	16 words — < 1%
83	Rendi Sudrajat, Ridlwan Muttaqin, Gurawan Dayona Ismail. "Peran Supervisi, Etika Kerja, dan Pelatihan terhadap Kepatuhan Kerja	16 words — < 1%

-
- 84 Riska, Usman. "Analysis of Shopee PayLater Acceptance Using The Technology Acceptance Model (TAM) Among Students at Indragiri Islamic University", Jurnal Armada Informatika, 2026
Crossref 16 words — < 1%
-
- 85 Three, Ermit. "Pengaruh Kepemimpinan Kepala Sekolah dan Manajemen Stres Guru terhadap Kinerja Guru SMK Muhammadiyah Ajibarang.", Universitas Islam Negeri Saifuddin Zuhri (Indonesia)
ProQuest 16 words — < 1%
-
- 86 eprints.kwikkiangie.ac.id
Internet 16 words — < 1%
-
- 87 journal.uny.ac.id
Internet 16 words — < 1%
-
- 88 jurnalprisanicendekia.com
Internet 16 words — < 1%
-
- 89 repo.unwim.ac.id
Internet 16 words — < 1%
-
- 90 jurnalrisetati.blogspot.com
Internet 15 words — < 1%
-
- 91 seminar.uad.ac.id
Internet 15 words — < 1%
-
- 92 Andi Muarija Mutmainna AM, Samirah Dunakhir, M. Ridwan Tikollah. "PENGARUH KECERDASAN INTELEKTUAL TERHADAP PRESTASI BELAJAR SISWA KELAS XI AKUNTANSI DI SMK NEGERI 1 PANGKEP", EDUNOMIA: Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi, 2024
Crossref 13 words — < 1%
-
- 93 Faizal Nuril Hakim, Ari Rizal, Mangoloi Saputra, Naylufar Ashilatun Nazihah, Muhammad Akhdiyatul Aein. "Literasi Keuangan, Financial Technology, dan Perilaku Menabung Mahasiswa: Kajian Literatur", Indonesian Journal of Multidisciplinary on Social and Technology, 2026
Crossref 13 words — < 1%
-
- 94 dspace.lib.uom.gr
Internet

		13 words — < 1 %
95	www.journal.al-matani.com Internet	13 words — < 1 %
96	Hurriyati Ratih, Tjahjono Benny, GafarAbdullah Ade, Sulastri, Lisnawati. "Advances in Business, Management and Entrepreneurship", CRC Press, 2020 Publications	12 words — < 1 %
97	Nafi'ah, Khoirotun. "Manajemen Kurikulum Merdeka Belajar dalam penguatan profil pelajar Pancasila di Madrasah Ibtidaiyah Negeri 1 Banyumas", Universitas Islam Negeri Saifuddin Zuhri (Indonesia), 2024 ProQuest	12 words — < 1 %
98	ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id Internet	12 words — < 1 %
99	eprints.unm.ac.id Internet	12 words — < 1 %
100	idoc.pub Internet	12 words — < 1 %
101	journal.ubm.ac.id Internet	12 words — < 1 %
102	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet	12 words — < 1 %
103	repository.mercubuana.ac.id Internet	12 words — < 1 %
104	www.jeinsa.com Internet	12 words — < 1 %
105	Adella Rizqa Cahyana, Istiono Istiono. "Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Motivasi Keuangan, dan Uang Saku Terhadap Penggunaan Buy Now Pay Later Pada Mahasiswa Generasi Z di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2025 Crossref	11 words — < 1 %

106	Afiqotul Hizza, Ilham Nur Kholiq. "Correlation between Interactive Multimedia-Based Suggestopedia and Vocabulary Mastery of Beginner Arabic Learners", Aphorisme: Journal of Arabic Language, Literature, and Education, 2026 Crossref	11 words — < 1%
107	Gusmia Arianti, Yoedo Shambodo, Safira Hasna. "Komunikasi Intrapersonal dan Spiritualitas dalam Niat Berwirausaha Mahasiswa Digital", Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial, 2025 Crossref	11 words — < 1%
108	Hartiwi Sampulawa, Aisah Asnawi, Siska Jeanete Saununu. "PENGARUH FEAR OF MISSING OUT, GAYA HIDUP DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF KULINER KEKINIAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS PATTIMURA AMBON", Manis: Jurnal Manajemen dan Bisnis, 2025 Crossref	11 words — < 1%
109	ejournal.unikama.ac.id Internet	11 words — < 1%
110	repository.pnj.ac.id Internet	11 words — < 1%
111	www.ayobandung.id Internet	11 words — < 1%
112	Deri Apriadi, Galuh Boga Kuswara, Gunawan. "Meningkatkan Kemandirian Finansial Melalui Penguatan Literasi Keuangan Pelaku UMKM Desa Mekarjaya Kabupaten Bandung", Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan, 2025 Crossref	10 words — < 1%
113	docobook.com Internet	10 words — < 1%
114	journal-psikologi.hangtuah.ac.id Internet	10 words — < 1%
115	jurnal.imsi.or.id Internet	10 words — < 1%
116	jurnal.uibbc.ac.id Internet	10 words — < 1%

-
- 117 multidisipliner.org
Internet 10 words — < 1%
-
- 118 Akhiruddin Akhiruddin, Muhammad Khaerul Nur, Muh.Yusri Yunus, Firdaus W Suhaeb. "From Functional to Aesthetic: Capitalism, Consumerism, and the Formation of Social Identity in the Campus Environment-A Literature Review", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2025
Crossref 9 words — < 1%
-
- 119 Arief Irvan, Shinta Oktavia, Darmansyah Darmansyah, Silvana Nurdiani, Alfi Syukri. "Pemberdayaan Masyarakat Penerima PKH untuk Mengendalikan Perilaku Konsumtif dan Pinjaman Online di Nagari Kumango", Mestaka: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2026
Crossref 9 words — < 1%
-
- 120 Desfayani Desfayani. "HUBUNGAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN M-BANKING DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI PADANG PENGGUNA SHOPEE", Jurnal Psikologi Jambi, 2021
Crossref 9 words — < 1%
-
- 121 Eliah Siregar, Muannif Ridwan, Indra Muchlis Adnan, Andriansyah Andriansyah, Sri Hidayanti, Herdiansyah Herdiansyah. "Pemanfaatan Limbah Sabut Kelapa Menjadi Pot Bunga Untuk Menunjang Perekonomian Warga Desa Pengalihan Di Era Pandemi Covid-19", Journal Of Human And Education (JAHE), 2021
Crossref 9 words — < 1%
-
- 122 Pujiniarti, Yayu Bondan. "Pengaruh Kompensasi, Disiplin, dan Beban Kerja Terhadap Kinerja Guru Raudlatul Athfal di Kecamatan Bobotsari Purbalingga.", Universitas Islam Negeri Saifuddin Zuhri (Indonesia)
ProQuest 9 words — < 1%
-
- 123 Rahmawati, Nur Laili. "Efektifitas Kombinasi Model Pembelajaran Kooperatif Tipe Think Pair Share (TPS) Dan Pendekatan Open Ended Untuk Meningkatkan Ketrampilan Siswa Dalam Memecahkan Masalah Matematika.", Universitas Islam Negeri Saifuddin Zuhri (Indonesia)
ProQuest 9 words — < 1%
-
- 124 Sineba Arli Silvia. "Pengaruh Kualitas Aset Terhadap Profitabilitas Pada Perbankan Syariah Di Indonesia", AL-FALAH : Journal of Islamic Economics, 2017
Crossref 9 words — < 1%
-

125	Internet	9 words — < 1%
126	eprints.uns.ac.id Internet	9 words — < 1%
127	jurnal.unpkediri.ac.id Internet	9 words — < 1%
128	neva-ryanita.blogspot.com Internet	9 words — < 1%
129	ojs.stkippgri-lubuklinggau.ac.id Internet	9 words — < 1%
130	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet	9 words — < 1%
131	repository.unj.ac.id Internet	9 words — < 1%
132	repository.unwim.ac.id Internet	9 words — < 1%
133	repository.usd.ac.id Internet	9 words — < 1%
134	scriptainteletal.com Internet	9 words — < 1%
135	serunimarinda.mhs.narotama.ac.id Internet	9 words — < 1%
136	www.bankbtpn.co.id Internet	9 words — < 1%
137	Ervina Yulia Damayanti, Iswati Iswati, Eny Sulistyowati. "Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Dan Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Pribadi Generasi Z di Kota Surabaya", Indonesian Journal of Innovation Multidisipliner Research, 2026 Crossref	8 words — < 1%
138	Krisno Berkas Harefa, Nanny Artatina Buulolo, Kurniawan Sarototonafo Zai, Aferiaman Telaumbanua. "Pengaruh E-Payment dan	8 words — < 1%

-
- 139 Muhammad Al Khusaini, Sindi Silviyawati, Lintang Khaerunnisa, Indri Kharisma. "Pengaruh Literasi Keuangan dan Financial Technology Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa", Jurnal Sains, Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Hukum, 2026
Crossref 8 words — < 1%
-
- 140 Muhammad Ardhan Arifin, Buyung Romadhoni, Syarthini Indrayani. "Pengaruh Media Sosial dan Brand Image terhadap Minat Menabung pada Mahasiswa Pengguna KB Bank Syariah KCP Unismuh Makassar", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026
Crossref 8 words — < 1%
-
- 141 Sri Utami, Hikmayani Subur. "Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Kemampuan Pengelolaan Keuangan Pribadi Mahasiswa Generasi Z", Neraca: Jurnal Pendidikan Ekonomi, 2025
Crossref 8 words — < 1%
-
- 142 bangkitwidodo.com
Internet 8 words — < 1%
-
- 143 core.ac.uk
Internet 8 words — < 1%
-
- 144 digilib.insuriponorogo.ac.id
Internet 8 words — < 1%
-
- 145 economica.id
Internet 8 words — < 1%
-
- 146 eprints2.undip.ac.id
Internet 8 words — < 1%
-
- 147 etd.uum.edu.my
Internet 8 words — < 1%
-
- 148 pt.scribd.com
Internet 8 words — < 1%
-
- 149 repository.stieipwija.ac.id
Internet 8 words — < 1%

150	repository.stienobel-indonesia.ac.id Internet	8 words — < 1%
151	repository.usu.ac.id Internet	8 words — < 1%
152	text-id.123dok.com Internet	8 words — < 1%
153	www.genhebat.com Internet	8 words — < 1%
154	www.scribd.com Internet	8 words — < 1%
155	Novi Susanti, Mardiana. "PENGARUH STRES KERJA DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. TIRTA MAHAKAM RESOURCES TBK SAMARINDA", Research Journal of Accounting and Business Management, 2018 Crossref	7 words — < 1%
156	Hilma Arifin, Muhaimin Muhaimin, Alamsjah Alamsjah. "Pengaruh Paylater dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Gen Z Di Kabupaten Pangkep", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026 Crossref	6 words — < 1%
157	Maharani Dwi Astuti, Sunita Dasman. "Pengaruh Kemudahan Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Lifestyle Sebagai Variabel Moderasi", JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi), 2024 Crossref	6 words — < 1%
158	Malinda Chidi Pratama, Linawati Linawati. "Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Pelayanan Fiskus dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi dengan Lingkungan Sosial sebagai Variabel Moderasi", Jurnal IAKP : Jurnal Inovasi Akuntansi Keuangan & Perpajakan, 2026 Crossref	6 words — < 1%
159	Murteza, Yusfa Hidayatul. "Pengaruh Hedonic Attitude, Utilitarian Motivation dan Kecerdasan Spiritual Terhadap Impulse Buying Dengan Paylater Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Konsumen Muslim di Purwokerto).", Universitas Islam Negeri Saifuddin Zuhri (Indonesia) ProQuest	6 words — < 1%

160 Nesti Nesti, Syofian Syofian, Janusi Waliamin. "Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Penggunaan, dan Fleksibilitas Pembayaran TikTok PayLater terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH Bengkulu)", ARZUSIN, 2025 6 words — < 1%
Crossref

161 Nurfadhilahyani Nurfadhilahyani, Nurul Nabilah Amiruddin, Arifuddin Arifuddin, Syarifuddin Syarifuddin, Nadya Annisa Nasruddin. "NORMALISASI HUTANG DALAM GENGAMAN : EKSPLORASI PERSEPSI DAN GAYA HIDUP PEKERJA PENGGUNA FITUR PAYLATER PADA APLIKASI E-COMMERCE", Worksheet : Jurnal Akuntansi, 2026 6 words — < 1%
Crossref

162 Sugiyono, Vara Maulidiah Hidayah. "Pemodelan Teknologi dalam Aplikasi KitaLulus untuk Lowongan Pekerjaan Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM)", Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika dan Komunikasi, 2024 6 words — < 1%
Crossref

163 lib.ibs.ac.id 6 words — < 1%
Internet

164 publikasi.mercubuana.ac.id 6 words — < 1%
Internet

165 repository.radenintan.ac.id 6 words — < 1%
Internet

EXCLUDE QUOTES ON
EXCLUDE BIBLIOGRAPHY ON

EXCLUDE SOURCES OFF
EXCLUDE MATCHES OFF