

## Pengaruh Penggunaan Shopee *Paylater* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim

Elpa Julita<sup>1)</sup>, Idwal B<sup>2)</sup>, Herlina Yustati<sup>3)</sup>

<sup>1,2,3</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Fatmawati Soekarno Bengkulu

\*Email korespondensi: [elpa.julita11@gmail.com](mailto:elpa.julita11@gmail.com)

### Abstract

*The purpose of this study is first, to determine the use of shopee paylater among Muslim students of the Faculty of Economics and Islamic Business UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu. Second, knowing the consumptive behavior of Muslim students of the Faculty of Economics and Islamic Business UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu. Third, knowing the effect of the use of shopee paylater on the consumptive behavior of Muslim students of the Faculty of Economics and Islamic Business UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu. This research is an associative quantitative study, namely research that explains the effect of using shopee paylater on the consumptive behavior of Muslim students, Faculty of Economics and Islamic Business, UIN Fatmawati Sukarno, Bengkulu. Based on the results of the study, it was concluded that the effect of the use of shopee paylater on the consumptive behavior of Muslim students, Faculty of Economics and Islamic Business, UIN Fatmawati Sukarno, Bengkulu. The results of hypothesis testing obtained a significant number of 0.062. This shows that there is a significant relationship in testing this hypothesis because the significance number is  $> 0.05$  so that  $H_a$  which states that the use of ShopeePayLater has a positive effect on the Consumptive Behavior of Islamic Economics Students, Faculty of FEBI, is accepted and  $H_0$  is rejected, meaning it cannot influence the use of ShopeePaylater (X) on behavior. Muslim student consumptive (Y).*

**Keywords:** Usage, ShopeePaylater, Consumptive Behavior, Muslim Students

**Saran sitasi:** Julita, E., Idwal B., & Yustati, H. (2022). Pengaruh Penggunaan Shopee *Paylater* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(03), 2953-2957. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6775>

**DOI:** <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6775>

### 1. PENDAHULUAN

Teknologi komunikasi, media dan informatika yang semakin berkembang pesat serta meluasnya perkembangan infrastruktur informasi global telah membawa pengaruh cara dan pola kegiatan bisnis di industri perdagangan, pemerintahan social dan politik. Teknologi informasi dan komunikasi banyak membantu masalah-masalah sosial dan ekonomi. Adanya teknologi informasi dapat membantu mengatasi masalah, kendala atau ketidakmampuan kita pada sesuatu (Fandy Tjiptono, 2011).

*E-commerce* yang menawarkan banyak kemudahan terhadap konsumen belum tentu berhasil hanya dengan membuat website toko online, namun konsumen secara personal juga akan menilai dan menentukan perilaku apa yang akan mereka ambil berdasarkan penilaian mereka terhadap suatu situs *e-commerce*, apakah konsumen akan percaya dan

selanjutnya dengan senang hati bertukar informasi pribadi dengan situs *e-commerce*, dan bertransaksi atau tidak. Para pembeli online sangat hati-hati, dan dengan ancaman kecurangan online, mereka memiliki alasan untuk berperilaku demikian. Pada dasarnya, banyak pembeli tidak percaya pada situs, kecuali jika perusahaan dapat membangun kepercayaan pengunjung atas situs terkait. Pengunjung mulai mengevaluasi kredibilitas situs begitu mereka memasukinya (Sunyoto, 2013).

Strategi pemasaran yang menjadi tren bagi konsumen saat ini yaitu melakukan transaksi dengan menggunakan metode pembayaran *cashless*. Metode pembayaran *cashless* dikemas sebagai pembayaran yang dilakukan pada bulan berikutnya sehingga metode pembayaran *cashless* dapat disebut juga sebagai *paylater*. *Paylater* Shopee merupakan salah satu penyedia *paylater* yang dapat digunakan

pembayaran produk tertentu dengan syarat *merchant* tersebut harus bekerjasama dengan gojek sebelumnya. Selain Gojek, terdapat dompet digital OVO yang menyediakan layanan *paylater*. Mahasiswa menjadi salah satu bagian target pasar dari adanya kemajuan teknologi *paylater*. Menurut penelitian yang dilakukan oleh MoneySmart.id porsi kebutuhan kelompok mahasiswa menjelaskan bahwa persentase pengeluaran gaya hidup terhadap responden yakni 10,8% Hiburan (nonton, konser), 37,7% *Travelling* (pemesanan tiket transportasi), 23,3% Nongkrong (pembelian F&B), 7,1% Internet (pembelian paket internet dan pulsa), 21,1% *Shopping* (belanja bermerk) (Nadya Anastasia, 2018). Namun di sisi lain hal inilah yang mengakibatkan adanya perilaku mahasiswa yang sering kali tidak dapat mengabaikan keinginan untuk membeli produk yang menurutnya menarik dan akhirnya menjadikan mahasiswa memiliki perilaku yang konsumtif.

Perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang tidak rasional lagi. Pengertian ini sejalan dengan pandangan Lina dan Rosyid yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif melekat pada seseorang apabila orang tersebut membeli sesuatu diluar kebutuhan yang rasional, pembelian tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan, tetapi sudah pada taraf keinginan yang berlebihan (Lina dkk, 2008). Menurut Sumartono indikator perilaku konsumtif adalah membeli produk karena iming-iming hadiah, membeli produk karena kemasannya menarik, membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya), membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status, memakai produk karena konformitas terhadap model yang mengiklankan, munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, serta mencoba lebih dari dua produk sejenis (Endang Dwi Astuti, 2013).

## 2. METODE PENELITIAN

Jenis dan Penelitian ini adalah kuantitatif *asosiatif*, yaitu penelitian yang menjelaskan pengaruh penggunaan *shopee paylater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu. Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi

dan Bisnis Islam UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu pada tahun 2021-2022. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa muslim Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu angkatan tahun 2018 yang berjumlah 171 orang. Tetapi, jika jumlah subjek besar dapat diambil antara 10-15% atau 20-25%. Dalam penelitian ini sampel diambil sebesar 20% dari populasi sehingga sampel yang diteliti adalah 35 orang dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling.

### Teknik Analisis Data

#### a. Uji Kualitas Data

##### 1) Uji Validitas

Uji validitas yang digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu instrument dalam mengukur apa yang ingin diukur. Pengambilan keputusan pada uji validitas ini yaitu menggunakan batasan  $r$  tabel dengan signifikansi 0,05. Apabila nilai korelasi diatas 0,30 maka sampel dalam penelitian dianggap sudah mencukupi dan layak untuk dianalisis lebih lanjut. Uji validitas digunakan sebelum disebarkan kepada objek penelitian untuk mengukur tingkat keakuratan sebuah instrument penelitian. Adapun metode yang digunakan pada uji validitas ini menggunakan Korelasi Person, dimana dikatakan valid jika nilai signifikan  $< \alpha$  (0,05) (Duwi Priyatno, 2017).

##### 2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana yang masuk pengujian ini adalah yang valid saja. Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner menggunakan Alpha Cronbach. Untuk menentukan apakah instrument reliable atau tidak, gunakan batas 0.6 reliabilitas kurang 0.6 adalah kurang baik, sedangkan 0.7 dapat diterima dan diatas 0.8 adalah baik (Duwi Priyatno, 2017).

#### b. Uji Asumsi Klasik

##### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang dianalisis terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan metode uji normalitas Kolmogorov Smirnov. Uji Kolmogorov Smirnov adalah uji beda antara data yang diuji normalitasnya dengan data

normal. Yang dimaksud data normal baku adalah data yang telah ditransformasikan ke dalam bentuk ZScore. Data yang baik adalah data yang normal dalam pendistribusiannya. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas sebagai berikut: Jika nilai signifikan  $> 0.05$ , maka data tersebut terdistribusi normal. Jika nilai signifikan  $< 0.05$ , maka data tersebut tidak terdistribusi normal.

2) Uji Linieritas

Uji Linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Pengujian ini melihat bagaimana variabel (X) mempengaruhi variabel (Y), baik itu pengaruh berbanding lurus maupun berbanding terbalik. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear.

a) Rumusan Hipotesis :  $H_0$  = Model regresi berbentuk linear.  $H_1$  = Model regresi tidak berbentuk linear.

b) Kriteria Pengujian : Jika probabilitas (Sig)  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak. Jika probabilitas (Sig)  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima.

c. Uji Hipotesis Penelitian

Metode Regresi Linier Sederhana mengetahui pengaruh suatu variabel independen (X) dengan satu variabel dependen (Y). Analisis ini juga untuk memprediksikan nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan juga untuk mengetahui arah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dimana :

Y = Pengguna ShopeePayLater

X = Perilaku Konsumtif mahasiswa

B = Koefisien Penggunaan ShopeePayLater

a = Konstanta, yaitu nilai Y jika X = 0

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

a. Usia

Data responden yang menjadi sasaran peneliti untuk menyebarkan kuesioner. Dalam penelitian yang dilakukan, responden berasal yang berusia 18 tahun berjumlah 1 Orang, 19

tahun 1 orang, 20 tahun 1 orang, 21 tahun berjumlah 7 orang, 22 tahun berjumlah 13 orang, 23 tahun berjumlah 5 orang, 24 tahun berjumlah 2 orang dan 25 tahun berjumlah 5 orang.

b. Jenis kelamin

Data responden yang telah menjadi sasaran peneliti untuk menyebarkan kuesioner. Dalam penelitian yang dilakukan, responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 8 dan berjenis kelamin perempuan berjumlah 27 orang.

c. Angkatan

Data responden yang telah menjadi sasaran peneliti untuk menyebarkan kuesioner. Dalam penelitian yang dilakukan, responden yang secara keseluruhan yaitu 35 orang berasal dari angkatan tahun 2018.

Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Tabel 1

Hasil Uji Validitas Variabel X  
(Penggunaan Shopee Paylater)

No Item	Sig.	$\alpha 0,05$	Kesimpulan
1	0,021	0,05	Valid
2	0,023	0,05	Valid
3	0,022	0,05	Valid
4	0,026	0,05	Valid
5	0,024	0,05	Valid
6	0,021	0,05	Valid
7	0,013	0,05	Valid
8	0,032	0,05	Valid
9	0,024	0,05	Valid
10	0,025	0,05	Valid

Berdasarkan tabel di atas maka item pernyataan mengenai perilaku konsumtif yang dinyatakan valid berjumlah 10 item sehingga instrumen penelitian dapat mengukur variabel X penggunaan Shopee Paylater.

Tabel 2

Hasil Uji Validitas Variabel Y  
(Perilaku Konsumtif)

No Item	Sig.	$\alpha 0,05$	Kesimpulan
1	0,025	0,05	Valid
2	0,005	0,05	Valid
3	0,001	0,05	Valid
4	0,025	0,05	Valid
5	0,005	0,05	Valid
6	0,001	0,05	Valid
7	0,004	0,05	Valid

No Item	Sig.	$\alpha$ 0,05	Kesimpulan
8	0,035	0,05	Valid
9	0,010	0,05	Valid
10	0,002	0,05	Valid

Berdasarkan tabel di atas maka penggunaan *Shopee Paylater* yang dinyatakan valid berjumlah 10 item sehingga instrumen penelitian dapat mengukur variabel Y perilaku konsumtif.

b. Uji Reliabilitas Data

Tabel 3

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

Variabel	Cronbach Alpha	Nilai Kritik	Ket
Penggunaan Shopepaylater (X)	0,675	0,50	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	0,655	0,50	Reliabel

Berdasarkan hasil tabel di atas dapat diketahui bahwa variabel memiliki nilai *Alpha Cronbach* lebih dari 0,50 maka instrumen konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Artinya item penelitian ini dapat dikatakan reliabel atau terpercaya sebagai alat pengumpul data dalam penelitian.

**Uji Asumsi Klasik**

a. Normalitas Data

Tabel 4

Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		35
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std.Deviation	4.11467559
Most Extreme Differences	Absolute	.169
	Positive	.096
	Negative	-.169-
Test Statistic		.169
Asymp. Sig. (2-tailed)		.062
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa tabel output SPSS tersebut diketahui bahwa nilai signifikansi Asymp.Sig. (2-tailed) sebesar 0,062 > 0.05. maka sesuai dengan pengambilan keputusan

dalam uji normalitas dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov. Dapat disimpulkan data pada penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Linieritas

Tabel 5

Hasil Uji Linieritas Data

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.319 <sup>a</sup>	.102	.075	3.85333

a. Predictors: (Constant), shoope

Output bagian kedua (Model Summary):Tabel diatas menjelaskan besar nilai korelasi / hubungan (R) yaitu sebesar 0.319 dari output tersebut koefisien determinasi (R Square) sebesar 0.102 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variable bebas (Penggunaan *Shopee PayLater*) terhadap variable terikat (Prilaku Konsumtif) adalah sebesar 10,2 %.

**Uji Hipotesis**

Regresi Linier Sederhana

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	20.471	5.069		4.039	.000
SpayLater	.295	.152	.319	1.935	.062

a. Dependent Variable: Konsumtif

Berdasarkan tabel Koefisien yang diperoleh dari analisis Regresi, maka dapat disusun Persamaan Regresi Linier Sederhana sebagai berikut:

Diketahui nilai Constant (a) sebesar 20,4 71, sedang nilai Spaylater (b/koefisien regresi) sebesar 0,295, sehingga persamaan regresi dapat ditulis:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 20,471 + 0,295X$$

Dari persamaan tersebut bahwa Konstanta sebesar 20,471mengandung arti bahwa nilai konstanta variable konstanta adalah 20,471.

Koefisien regresi X sebesar 0,295 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai Spaylater, maka nilai Spaylater bertambah sebesar 0,295 Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variable X terhadap Y adalah positif.

Berdasarkan hasil dari tabel diatas diketahui nilai Signifikansi (Sig) sebesar 0,062 > 0,05. Sehingga

dapat disimpulkan bahwa hipotesis  $H_0$  yang menyatakan penggunaan ShopeepayLater berpengaruh positif terhadap Prilaku Konsumtif Mahasiswa Ekonomi syariah Fakultas FEBI diterima. Sedangkan  $H_a$  ditolak, berarti tidak dapat pengaruh penggunaan Shopeepaylater (X) terhadap prilaku konsumtif mahasiswa muslim (Y).

#### 4. KESIMPULAN

- Penggunaan *shopee paylater* mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu terlihat belum lama, karena penggunaannya kurang dari 3 bulan, dan intensitas penggunaan cukup rendah yaitu kurang dari 3 kali selama bulan dan menghabiskan rata-rata Rp 100.000,00 – Rp 300.000,00 dalam sebulan bertransaksi menggunakan *ShopeePayLater* pada periode tersebut. Dari beberapa enis produk yang ada di Shopee, kategori yang sering dibeli menggunakan *ShopeePayLater* adalah Perawatan & Kecantikan.
- Perilaku konsumtif mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu adalah bersikap negatif Transaksi konsumtif yang dilakukan karena adanya pembelian tanpa pertimbangan, kemudahan yang diberikan dan manfaat yang mereka rasakan Semakin mudah dan banyaknya manfaat yang mereka rasakan maka akan semakin sering mereka melakukan transaksi, hal ini memicumunculkan sikap boros.
- Berdasarkan hasil dari tabel diatas diketahui nilai Signifikansi (Sig) sebesar  $0,062 > 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis  $H_0$  yang menyatakan penggunaan ShopeepayLater berpengaruh positif terhadap Prilaku Konsumtif Mahasiswa Ekonomi syariah Fakultas FEBI diterima. Sedangkan  $H_a$  ditolak, berarti tidak dapat pengaruh penggunaan Shopeepaylater (X) terhadap prilaku konsumtif mahasiswa muslim (Y).

#### 5. UCAPAN TERIMAH KASIH

Saya mengucapkan terima kasih dan penghargaan kepada para editor, reviewer yang telah mereview dan mempublikasikan dalam Jurnal

Ekonomi Islam (Journal of Islamic Economics. JIEI) dan khususnya para informan penelitian yang telah memberikan waktu luang dan berpartisipasi dalam menyelesaikan penelitian ini, serta kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat-Nya kepada penulis sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dalam waktu yang sesingkat-singkatnya.

#### 6. REFERENSI

- Anastasia, N. (2018). Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater. Medan: Skripsi USU.
- Anggoro, M. Toha. (2007). Metode Penelitian. Jakarta, Universitas Terbuka.
- Astuti, Endang Dwi. (2013). “Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga Di Kota Samarinda”, e-Jurnal Psikologi, Vol. 1, No.2
- Astuti, E D. (2013). “Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga Di Kota Samarinda”, e-Jurnal Psikologi, Vol. 1, No.2.
- Ferdinand. (2013). Penelitian Manajemen. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Husein, U. (2011). Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Thesis Bisnis. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Indrajit, R. E. (2001) E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya, Jakarta: PT. Elek Media Komputindo.
- J. Salusu. (2005) Pengambilan Keputusan Strategi. Jakarta : PT Gramedia Widiasarana. Kasmir.
- Etika Customer Service. Jakarta : Raja Grafindo Persada, Ed. I, Cet. I.
- Lina dkk. (2008). Perilaku Konsumtif Berdasar Locus Of Control Pada Remaja Putri. Jakarta: Grafindo.
- Thomas, W. S. (2009) Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil, Jakarta: Salemba Empat.
- Stephen P. Robbins, Timothy A. Judge. (2012). Perilaku Organisasi. Jakarta: Salemba Empat Wijaya Grand Center.
- Sugiono. (2016) Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, Sadono. (1994) Mikro Ekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga (Jakarta: Raja Grafindo Persada.