

Analisis Pengaruh Penggunaan Fitur *Shopee Paylater* Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Desa Madiredo Kecamatan Pujon

Mauludatul Mawasofa*¹, Deni Nugroho Setyabudi², Heru Sofian³

^{1,2,3,4} 1Pendidikan Ekonomi, Universitas Insan Budi Utomo

E-mail Correspondence : sofamawa11@gmail.com

Abstract

The aim of this research is first, to determine the use of the Shopee Paylater feature among the people of Madiredo village, Pujon District. Second, knowing the consumer behavior of the people of Madiredo village, Pujon subdistrict. Third, find out the influence of using the Shopee Paylater feature on the consumer behavior of the people of Madiredo village, Pujon subdistrict. This research method uses a quantitative descriptive method, namely research that explains the influence of using the Shopee Paylater feature on the consumptive behavior of the people of Madiredo village, Pujon subdistrict. Based on the test results, it shows that the variable using Shopee Paylater has a significant effect on the consumptive behavior of the people of Madiredo Village, Pujon District. Based on the determination test, it shows that the R square is 0.799, which means that the Shopee Paylater feature has a 79.9% influence on the consumptive behavior of the people of Madiredo Village, Pujon District and 20.1% is influenced by other factors that cannot be explained in this research.

Keywords: *Consumptive, Public Madiredo, Shopee Paylater*

Abstrak

Tujuan penelitian ini yaitu pertama, mengetahui penggunaan fitur *Shopee Paylater* di kalangan masyarakat desa Madiredo Kecamatan Pujon. Kedua, mengetahui perilaku konsumtif masyarakat desa Madiredo kecamatan Pujon. Ketiga, mengetahui pengaruh penggunaan fitur *Shopee Paylater* terhadap perilaku konsumtif masyarakat desa Madiredo kecamatan Pujon. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif, yaitu penelitian yang menjelaskan pengaruh penggunaan fitur *Shopee Paylater* terhadap perilaku konsumtif masyarakat desa Madiredo kecamatan Pujon. Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel penggunaan *Shopee Paylater* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat Desa Madiredo Kecamatan Pujon. Sesuai dengan uji Determinasi menunjukkan bahwa R square sebesar 0,799 yang berarti bahwa fitur *Shopee Paylater*

berpengaruh dengan besaran 79,9% terhadap perilaku konsumtif masyarakat Desa Madiredo Kecamatan Pujon dan 20,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata kunci : *Konsumtif, Masyarakat Madiredo, Shopee Paylater*

PENDAHULUAN

Di zaman yang serba digital saat ini, teknologi mampu mengubah gaya hidup manusia yang mulanya dilakukan secara fisik atau tatap muka menjadi non fisik atau virtual atau biasa disebut dengan modern. Salah satu contoh yang terjadi saat ini yaitu jika dahulu individu harus bertatap muka saat komunikasi dengan individu lainnya, kini dengan adanya teknologi masyarakat tidak perlu bertatap muka secara langsung. Seiring dengan perkembangan zaman termasuk perkembangan teknologi, maka semakin banyak pula masyarakat memanfaatkan dan mengandalkan teknologi dalam berbagai aktivitas, salah satunya yaitu dengan transaksi *online*, transaksi *online* memudahkan masyarakat untuk pembayaran atau pembelian secara *online*. Tren jual-beli *online* saat ini juga meningkat sehingga masyarakat dengan mudah melakukan jual-beli *online* melalui media *hanphone*. (Tiffany, 2022).

Saat ini banyak diketahui bahwa bisnis yang berbasis internet atau *online* sering di jumpai dan mempermudah transaksi atau jual beli produk atau jasa yang dibutuhkan masyarakat, melalui *handphone* masyarakat dapat melakukan transaksi kapan saja dan dimana saja. Konsumen tidak perlu pergi ke toko yang memakan waktu dan biaya yang lebih, misalnya tempat yang ramai, jalan menuju toko macet, antrian yang panjang, biaya bensin yang mahal. Maka dari itu masyarakat saat ini lebih senang belanja *online* karena belanja *online* dapat dikatakan lebih efektif yang dapat dilakukan kapan saja dan beragam kebutuhan masyarakat tersedia dan beragam harganya, mulai dari harga murah hingga harga yang mahal. Disamping itu masyarakat juga dapat mengetahui review konsumen sebelumnya dari penilaian produk yang dibeli, sehingga dapat menjadi pertimbangan untuk pembelian produk yang akan dibeli.

Aplikasi *Shopee* adalah platform pasar digital yang digunakan masyarakat Indonesia untuk berbelanja *online*. Aplikasi *Shopee* diluncurkan oleh negara Asia

Tenggara dan Taiwan sejak tahun 2015. Pada saat pandemi Covid-19 minat masyarakat dalam berbelanja *online* meningkat. Dulu aplikasi Shopee hanya berfokus pada layanan *Marketplace* dan sekarang terdapat beberapa layanan atau fitur dalam aplikasi Shopee salah satunya yaitu *Shopee Paylater*. Shopee menawarkan berbagai macam produk-produk mulai dari produk Fashion hingga produk yang dibutuhkan sehari-hari. Shopee mulai masuk ke pasar Indonesia pada akhir bulan Mei 2015. Di Indonesia, Shopee baru mulai beroperasi pada akhir Juni 2015. Walaupun baru, tapi pertumbuhan Shopee disinyalir sangat pesat (Fradesa, 2022).

Shopee Paylater adalah salah satu fitur sekaligus metode pembayaran yang ada di aplikasi Shopee, fitur *Shopee Paylater* digunakan untuk transaksi dimana seorang konsumen atau pengguna aplikasi Shopee membeli barang yang kemudian bisa dibayar nanti. *Paylater* adalah gabungan dari kata *Pay* yang artinya bayar dan *Later* yang artinya nanti. Adanya fitur *Shopee Paylater* menjadikan sistem transaksi *online* yang praktis, memudahkan masyarakat dalam hal pengaktifan fitur *Shopee Paylater* mulai dari persyaratan, pendaftaran hingga proses pengaktifan atau verifikasi yang prosesnya cukup singkat dan mudah. Adanya fitur *Shopee Paylater* dapat menarik minat masyarakat pada saat ini yang dengan mudah memanfaatkan perkembangan teknologi. Masyarakat mudah mengakses di aplikasi Shopee, sehingga masyarakat penasaran dan mudah tertarik untuk bertransaksi terutama transaksi jual-beli secara *online*.

Berdasarkan pembahasan tersebut, disini peneliti akan mengkaji tentang perilaku konsumtif dan fitur *Shopee Paylater*. Oleh karena itu, peneliti menulis judul tentang “Analisis Pengaruh Penggunaan Fitur *Shopee Paylater* terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Desa Madiredo Kecamatan Pujon”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penggunaan fitur *Shopee Paylater* masyarakat, dan mengetahui perilaku konsumtif masyarakat, serta pengaruh penggunaan fitur *Shopee Paylater* terhadap perilaku konsumtif masyarakat Desa Madiredo Kecamatan Pujon.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian dengan cara observasi, pengambilan data melalui penyebaran angket kepada responden, dan analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan dengan menggunakan bantuan aplikasi IBM SPSS. Uji coba instrument pada penelitian ini yaitu menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linieritas, uji multikolinearitas, dan uji autokorelasi. Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji hipotesis regresi linier sederhana dan uji-t.

Responden dalam penelitian ini adalah 54 masyarakat Desa Madiredo yang menggunakan fitur *Shopee Paylater*. Responden tersebut diperoleh dari teknik populasi dikarenakan pengguna *Shopee Paylater* tidak mencapai 100 orang maka diambil semua sampel sejumlah 54 responden. Adapun variabel dan indikator yang diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Variabel, dan Indikator Penelitian

Variabel	Indikator	Sumber
<i>Shopee Paylater</i> (X)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penyebab menggunakan <i>Shopee Paylater</i> 2. Kepuasan 3. Kemudahan 4. Kegemaran 5. Jaminan keamanan 6. Cashback / limit 7. Kecepatan 	(Aftika, 2021)
Perilaku Konsumtif (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Status sosial 2. Mengikuti trend 3. Mengikuti gaya hedonisme 4. Rekomendasi dari teman 5. Implusif 6. Kesenangan semata 7. Kepuasan semu 8. Cashback 9. Uang saku 	(Aftika, 2021)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membeli produk secara spontan 2. Mengedepankan gengsi daripada kebutuhan 	(Munazzah, 2016)

Variabel	Indikator	Sumber
	3. Tidak dapat membuat skala prioritas kebutuhan	
	1. Membeli karena hadiah	Menurut Sumartono (Hijrianti & Fitriani, 2020)
	2. Membeli karena kemasannya menarik	
	3. Membeli demi menjaga penampilan diri dan gengsi	
	4. Membeli atas pertimbangan harga mahal	
	5. Membeli hanya sekedar menjaga simbol status	

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen

Uji instrumen pada penelitian ini yaitu: Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas, Uji Linieritas, Uji Multikolinearitas, dan Uji Autokorelasi.

a) Uji Validitas

Uji validitas ini dilakukan dengan cara menghitung korelasi pada masing-masing data dengan skor total. Hasil uji validitas adalah perbandingan (r_{hitung}) dengan r_{tabel} dengan signifikansi 5%. Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item kuesioner tersebut valid.

Hasil uji validitas penelitian ini dapat dilihat dalam tabel berikut

Tabel 2. Uji Validitas Variabel X, dan Y

Variabel	item	r_{hitung} (nilai <i>Correlations</i>)	r_{tabel} ($df \alpha = 5\%$)	Status Item
X	X1	0,459	0,268	Valid
	X2	0,696	0,268	Valid
	X3	0,799	0,268	Valid
	X4	0,786	0,268	Valid
	X5	0,873	0,268	Valid
	X6	0,605	0,268	Valid
	X7	0,696	0,268	Valid
	X8	0,911	0,268	Valid
	X9	0,478	0,268	Valid
	X10	0,422	0,268	Valid
	X11	0,459	0,268	Valid
	X12	0,696	0,268	Valid
Y	Y1	0,824	0,268	Valid
	Y2	0,685	0,268	Valid
	Y3	0,819	0,268	Valid
	Y4	0,871	0,268	Valid
	Y5	0,742	0,268	Valid
	Y6	0,570	0,268	Valid
	Y7	0,859	0,268	Valid

Variabel	item	r_{hitung} (nilai <i>Correlations</i>)	r_{tabel} ($df \alpha = 5\%$)	Status Item
	Y8	0,481	0,268	Valid
	Y9	0,819	0,268	Valid
	Y10	0,871	0,268	Valid
	Y11	0,824	0,268	Valid
	Y12	0,685	0,268	Valid
	Y13	0,819	0,268	Valid

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui hasil uji validitas seluruh item variabel penggunaan fitur *Shopee Paylater* (X) dan variabel perilaku konsumtif (Y) adalah valid (sah), sedangkan item instrumen yang tidak valid untuk masing variabel tidak ada. Maka dapat disimpulkan bahwa setiap pertanyaan dan variabel dinyatakan valid karena nilai masing-masing pertanyaan variabel X dan variabel Y lebih besar dari 0,5.

b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Cronbach Alpha*, yaitu untuk mengetahui reliabel atau tidaknya suatu instrumen dengan menggunakan batasan jika hasil $\alpha > 0,60$ maka dinyatakan reliabel konsisten dan jika hasil $\alpha < 0,60$ maka dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten. Uji reliabilitas variabel X dan Y sebagai berikut:

Uji Reliabilitas Variabel X

Berdasarkan tabel disamping dapat dijelaskan nilai *Cronbach's Alpha* berjumlah 0,883 maka $> 0,60$ yang menunjukkan bahwa variabel X (Penggunaan fitur *Shopee Paylater*) reliabel.

Tabel 3. Uji Reabilitas Variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.883	12

Uji Reliabilitas Variabel Y

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan nilai *Cronbach's Alpha* 0,940 $> 0,60$ yang menunjukkan bahwa variabel Y (Perilaku konsumtif) reliabel.

Tabel 4. Uji Reabilitas Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.940	13

Dapat disimpulkan dari data reliabilitas variabel X dan variabel Y pada penelitian ini seluruhnya reliabel, dari hasil tersebut dibuktikan dari nilai koefisien Cornbach Alpha lebih besar dari 0,60. Maka dari hasil uji reliabilitas yaitu semua instrumen dalam penelitian ini apabila dilakukan pengujian ulang dapat menghasilkan hasil yang sama untuk menjelaskan pengaruh penggunaan fitur *Shopee Paylater* terhadap perilaku konsumtif masyarakat Desa Madiredo, Kecamatan Pujon.

c) Uji Normalitas Data

Dalam penelitian ini, uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov – Smirnov. Apabila nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* > 0,05, data terdistribusi normal. Berikut adalah hasil uji normalitas menggunakan bantuan software komputer pengolahan data IBM SPSS:

Tabel 5. Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		54
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.77929988
Most Extreme Differences	Absolute	.116
	Positive	.095
	Negative	-.116
Test Statistic		.116
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.066
	Sig.	.066
	99% Confidence Interval	Lower Bound .060
		Upper Bound .073

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov diketahui bahwa nilai signifikansi 0,66 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

d) Uji Linieritas

Tabel 6. Uji Linieritas

		ANOVA Table					
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Konsumtif * Spaylater	Between Groups	(Combined)	3610.409	13	277.724	73.525	<,001
		Linearity	3004.495	1	3004.495	795.414	<,001
		Deviation from Linearity	605.914	12	50.493	13.368	<,001
Within Groups			151.091	40	3.777		
Total			3761.500	53			

Hasil dari tabel diatas yaitu hasil uji linieritas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada tabel tersebut bernilai 0,001 yang berarti kurang dari 0,005. Maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel penggunaan fitur *Shopee Paylater* dan perilaku konsumtif tidak terdapat hubungan yang linear secara signifikan.

e) Uji Multikolinearitas

Berdasarkan pengujian yang dilakukan multikolinearitas mempunyai tujuan untuk menemukan apakah ada atau tidaknya korelasi pada variabel bebas. Seharusnya regresi yang baik tidak ditemukannya adanya suatu korelasi antar variabel bebas. Apabila nilai VIF lebih besar dari 0,10 maka terjadi multikolinearitas dan apabila VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi multikolinearitas. Adapun hasil mengenai uji multikolinearitas dilihat dari Tabel

Tabel 7. Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Coefficients ^a			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	-14.408	4.525		-3.184	.002		
Spaylater	1.315	.092	.894	14.366	<,001	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Konsumtif

Jika VIF (*Variance Inflation Factor*) dibawah atau < 10 dan *tolerance value* diatas > 0,1 maka tidak terjadi multikolinearitas.

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa nilai VIF penggunaan fitur *Shopee Paylater* (X) dan variabel perilaku konsumtif (Y) 1,000 < 10 dan nilai *tolerance value* 1,000 > 0,1, maka data tersebut tidak terjadi multikolinearitas.

f) Uji Autokorelasi

Beberapa faktor yang dapat menyebabkan autokorelasi adalah tidak dimasukkannya variabel bebas yang lain, misalnya pada suatu model regresi yang seharusnya model tersebut terdiri dari dua variabel bebas dan variabel terikat, namun dalam pembuatan modelnya hanya memasukkan satu variabel bebas saja. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi maka dapat digunakan uji Durbin-Watson. Pada penelitian ini hanya memiliki satu variabel bebas dan variabel terikat, maka terjadi autokorelasi dan jika mengalami autokorelasi maka untuk menjadikan tidak autokorelasi peneliti perlu menguji kembali dengan teknik Cochrane Orcutt melalui aplikasi IBM SPSS.

Tabel 8. Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.894 ^a	.799	.795	3.81547	1.226

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Pengambilan dalam keputusan ada atau tidaknya autokorelasi menggunakan kriteria Durbin-Watson tabel dengan tingkat signifikansi 5% (0,05) yaitu jika nilai Durbin-Watson di antara -2 sampai +2 artinya tidak terdapat autokorelasi.

Dasar pengambilan keputusan Autokorelasi:

Jika $dU < d < 4 - dU$ maka hipotesis nol diterima. Artinya tidak terdapat autokorelasi

Hasil dari tabel diatas

$$= 1,5983 > 1,226 < 2,4017$$

Kesimpulan: Dalam hasil penelitian nilai dU yaitu 1,5983 yang artinya lebih besar dari d yaitu 1,222. Sedangkan pengambilan keputusan autokorelasi nilai dU harus lebih kecil dari nilai d, maka dalam uji ini terdapat autokorelasi. Sedangkan dalam regresi linier uji autokorelasi harus terpenuhi dengan syarat data tidak terjadi autokorelasi. Maka peneliti perlu menguji kembali dengan uji Cochrane Orcutt dengan hasil tabel dibawah:

Tabel 9. Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.899 ^a	.808	.804	3.51495	1.737

a. Predictors: (Constant), LAG_X

b. Dependent Variable: LAG_Y

Uji T

Uji-t dilakukan untuk mengetahui pengaruh Penggunaan *Shopeepay Later* terhadap perilaku konsumtif masyarakat Madirejo, Kecamatan Pujon.

Tabel 10. Hasil Uji-t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-14.408	4.525		-3.184	.002
Spaylater	1.315	.092	.894	14.366	<.001

a. Dependent Variable: Konsumtif

Berdasarkan tabel diatas, hasil dari signifikasi yang diperoleh uji-t yaitu, $0,002 < 0,05$. Hal tersebut dikatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel penggunaan fitur *Shopee Paylater* (X) terhadap variabel perilaku konsumtif (Y).

Uji Hipotesis

a) Regresi Linier Sederhana

Tabel 11. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-14.408	4.525		-3.184	.002
Spaylater	1.315	.092	.894	14.366	<.001

a. Dependent Variable: Konsumtif

Berdasarkan analisis data yang diperoleh menggunakan IBM SPSS, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = -14,408 + 1,315X$$

Hasil persamaan regresi dari analisis regresi linier sederhana adalah: Nilai konstanta (a) bertanda negatif, yaitu -14,408 artinya apabila variabel penggunaan fitur *Shopee Paylater* (X) sama dengan nol (0) maka perilaku konsumtif mengalami penurunan. Nilai koefisien regresi variabel penggunaan fitur *Shopee Paylater* (X) yaitu sebesar 1,315 artinya penggunaan fitur *Shopee Paylater* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.

Slope (b): Setiap kenaikan 1 maka akan menaikkan perilaku konsumtif sebesar 1,315

Intercept / konstanta (a): Jika penggunaan fitur *Shopee Paylater* bernilai konstanta nol (0), maka perilaku konsumtif -14,408

Maka, jika penggunaan fitur *Shopee Paylater* dinaikkan 15 maka perilaku konsumtif adalah

$$Y = 1,315 (15) - 14,408$$

$$Y = 5,317$$

b) Koefisien Determinasi

Uji koefisiensi determinasi (R²) digunakan untuk mengetahui pengaruh seberapa kemampuan model untuk menerangkan variasi dependen. Nilai R² yang mendekati nilai 1 dinyatakan variabel independen (bebas) mencapai seluruh informasi yang diperlukan memprediksi variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini koefisien determinasi adalah nilai Adjusted R square, karena lebih bisa dipercaya dalam mengevaluasi model regresi.

Tabel 12. Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.894 ^a	.799	.795	3.81547

a. Predictors: (Constant), Spaylater

Berdasarkan uji Determinasi (R²) dihasilkan nilai R Square sebesar 0,799 yang berarti variabel independent yaitu penggunaan fitur *Shopee Paylater* berpengaruh sebesar 79,9% terhadap variabel dependent yaitu perilaku

konsumtif, sedangkan 20,1% merupakan faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini

Pembahasan

Hasil dari penelitian ini menunjukkan mayoritas responden menggunakan fitur *Shopee Paylater* karena fitur yang mudah digunakan, pendaftaran fitur yang mudah, dapat diakses kapanpun, hal ini dapat dilihat dari intensitas jawaban mayoritas responden. Jatuh tempo yang cukup, jumlah cicilan yang bisa lebih dari 1x cicilan untuk membayar tagihan, alasan terdesak tidak memiliki uang juga menjadi salah satu alasan responden menggunakan fitur *Shopee Paylater* ini. Responden merasa lebih untung menggunakan fitur *Shopee Paylater* daripada belanja secara normal, hal ini dapat dilihat juga pada intensitas jawaban mayoritas responden yang setuju. Selain itu fitur *Shopee Paylater* juga membantu responden dalam mendapatkan barang yang di inginkan, sehingga responden sering menggunakan fitur *Shopee Paylater* saat pembelian barang di aplikasi Shopee. Pada saat menggunakan fitur *Shopee Paylater* responden mendapatkan potongan belanja ataupun gratis ongkir. Dalam penggunaan fitur *Shopee Paylater* responden juga dapat membeli produk-produk yang mahal.

Mayoritas responden selalu mempertimbangkan harga ketika membeli barang yang di inginkan. Meski tidak semua, sebagian responden membeli produk untuk memperoleh pengakuan atau pujian dari orang lain. Mayoritas responden membeli produk sesuai dengan kebutuhan, hal ini dapat dilihat dari intensitas jawaban mayoritas responden. Membeli produk hanya karena keinginan, produk sedang trend dan membeli produk karena ada diskon merupakan keputusan responden dalam mendapatkan produk atau belanja di aplikasi Shopee. Sebagian besar responden membeli produk di Shopee karena banyak varian atau pilihan dibandingkan belanja pada satu toko offline. Mayoritas responden membelanjakan pendapatan dan menyisihkan sebagian uang saku untuk mendapatkan barang yang di inginkan. Responden juga spontan membeli jika menjumpai promo pada barang yang di inginkan meskipun tidak sangat membutuhkan, hal ini dapat dilihat dari

intensitas jawaban mayoritas responden. Responden juga menyukai produk yang mahal dan ber merk karena tertarik mendapatkan bonus atau hadiah.

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel penggunaan *Shopee Paylater* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat Desa Madiredo Kecamatan Pujon. Berdasarkan uji determinasi dihasilkan nilai R Square sebesar 0,799 yang berarti penggunaan fitur *Shopee Paylater* berpengaruh sebesar 79,9% terhadap perilaku konsumtif masyarakat Desa Madiredo Kecamatan Pujon.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diatas menunjukkan penggunaan fitur *Shopee Paylater* di desa Madiredo digunakan karena alasan: penggunaan fitur yang mudah, pendaftaran yang mudah, dapat diakses kapanpun dan fitur *Shopee Paylater* ini adalah salah satu solusi ketika responden tidak memiliki uang, dan dalam keadaan terdesak. Masyarakat juga merasa lebih untung menggunakan fitur *Shopee Paylater* ini daripada membeli secara normal, masyarakat desa madiredo sering menggunakan fitur *Shopee Paylater* ini untuk mendapatkan barang yang mahal, yang diinginkan dengan iming-iming potongan belanja dan gratis ongkir. Alasan lain masyarakat desa Madiredo menggunakan fitur *Shopee Paylater* ini yaitu dengan jumlah cicilan yang lebih dari 1x cicilan.

Perilaku konsumtif yang dilakukan masyarakat desa Madiredo adalah relatif tinggi, ditunjukkan dengan penelitian diatas bahwa mayoritas responden selalu mempertimbangkan harga ketika membeli, membeli produk untuk memperoleh pengakuan atau pujian dari orang lain, membeli produk sesuai dengan kebutuhan, membeli hanya karena keinginan, membeli karena produk tersebut sedang trend, membeli karena ada diskon, membeli produk di Shopee karena banyak varian atau pilihan, belanja melebihi pendapatan, rela menyisihkan uang saku untuk membeli produk yang di inginkan, spontan membeli produk meski tidak sangat membutuhkan, suka membeli produk yang mahal dan ber merk, dan membeli produk karena tertarik mendapat hadiah atau bonus.

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel penggunaan *Shopee Paylater* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat Desa Madiredo Kecamatan Pujon. Sesuai dengan uji Determinasi menunjukkan bahwa R square sebesar 0,799 yang berarti bahwa fitur *Shopee Paylater* berpengaruh dengan besaran 79,9% terhadap perilaku konsumtif masyarakat Desa Madiredo Kecamatan Pujon dan 20,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Aftika, S. (2021). *Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee Paylater "Bayar Nanti" Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung dalam perspektif Bisnis Syariah*. Lampung : Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung
- Anggreini, R., & Muriyanti, S. (2014). *Hubungan Antara Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul*. Jakarta : Universitas Esa Unggul
- Damayanti, F. D., & Canggih, C. (2021). *Pengaruh Penggunaan Pembayaran Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Generasi Milenial Di Surabaya*. Surabaya : Universitas Surabaya
- Dew F . I., & Suyasa, P. Y. (2005). *Perbandingan Perilaku Konsumtif berdasarkan Metode Pembayaran*. Jakarta : Universitas Tarumanegara
- F.Hayes, A. (2019). *Riset Akuntansi Keperilakuan*. Surabaya: CV.Jakad Media Publishing.
- Febriani, N. S., & Dewi, W. (2019). *perilaku konsumen di era digital*. Malang: Ub Press.
- Fitur *Shopee* Barokah dan Tokopedia Salam: Inovasi *Marketplace* Halal Sebagai. (2022).
- Fradesa, F., Abadi, S. P., Maani, B., Hardi, E. A., & Sucipto. (2022). *Fitur Shopee Barokah dan Tokopedia Salam: Inovasi Marketplace Halal Sebagai Upaya Pengembangan Ekonomi Digital Berbasis Syariah*. Jambi : Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Bojonegoro.
- Hijrianti, U. R., & Fitriani, A. M. (2020). *Peran Konformitas Sebagai Mediator Hubungan Diri dan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang
- Irham, M., & Wiyani, N. A. (2017). *Psikologi Pendidikan Teori dan Aplikasi dalam Proses Pembelajaran*. In r. K. Ratri. Yogyakarta: Ar Ruzz Media.

- Keuangan, D. K. (2016). *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan 77/POJK.01/2016*.
- Margono, D. S. (2005). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Munazzah, Z. (2016). *Hubungan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa S1 Perbankan Syariah Uin Maulana Malik Ibrahim Malang*. Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
- Patricia, N. L., & Handayani, S. (2019). *Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif pada Pramugari Maskapai Penerbangan X*. Jakarta: Universitas Esa Unggul
- Prastiwi, I. E., & Fitria, T. N. (2021). *Konsep Paylater Online Shopping dalam Pandangan Ekonomi Islam*. Sukorarjo: ITB AAS Indonesia
- Pusat, U. S. (2023, Juni 10). Retrieved from https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Madiredo,_Pujon,_Malang. Malang
- Rochmat Aldy Purnomo, M. (2017). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. Ponorogo: CV Wade Group.
- Sari, I. K., & Fisabilillah, I. W. (2021). *Fenomena Perilaku Berbelanja Menggunakan Shopee Paylater Serta Dampaknya Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Ilmu Ekonomi*. 207-218. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya
- Sari, R. (2021). *Pengaruh Penggunaan Militer Terhadap Perilaku Impluse Buying Pengguna E Commerce di Indonesia*. Bandung: Politeknik Negeri Bandung
- Sitoyo, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sukendra, K., & Atmaja, K. S. (2020). *Instrumen Penelitian*. Pontianak: Mahameru Press.
- Suwandi, E., Imansyah, H., & H Dasril. (2019). *Analisis Tingkat Kepuasan Menggunakan Skala Likert T pada Layanan Speedy yang Bermigrasi ke Indihome. 3*. Pontianak: Universitas Tanjungpura
- Tiffany. (2022). *Pengaruh Penggunaan Fitur Shopee Paylater dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FKIP Universitas Pancasakti Tegal*. Tegal: Universitas Pancasakti Tegal