

PENGARUH SISTEM SHOPEE PAY DAN SHOPEE PAY LATER TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Dela Puspita Nuzula

Universitas Nusantara PGRI Kediri

Jl.Ahmad Dahlan No.76, Mojoroto, Kec. Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur, Kediri 64112

Delapuspita852@gmail.com*elis@unpkediri.ac.id

The Effect of Shopee Pay and Shopee Pay Later Systems on Students' Consumptive Behavior at Universitas Nusantara PGRI Kediri's Faculty of Economics and Business. The basis for this study is that the simplicity of the Shopee e-commerce platform's payment process encourages impulsive and consumptive behavior, which may lead to financial restrictions. This study aims to determine how Shopee Pay and Shopee Pay Later affect students' consumption habits. Proportionate stratified random sampling in cluster techniques is employed in this quantitative study. Using purposeful sampling, 289 students were chosen in total. Multiple linear regression was employed to assess the information gathered using Likert scale questionnaires. The results show that 1) Shopee Pay has a substantial impact on customer behavior, as indicated by its significance value of $0.014 < 0.05$; 2) Shopee Pay Later has a beneficial impact on consumer behavior, as indicated by its significance value of $0.000 < 0.05$. At a significance level of 0.00, the F-statistic value is 259.134.

Keywords: Shopee Pay, Shopee Pay Later, Consumptive Behavior

Abstrak

Latar belakang penelitian ini adalah pengamatan adanya pembayaran yang mudah melalui *platform e-commerce Shopee* yang mendorong perilaku *impulsif* dan konsumtif, menimbulkan beban finansial dimasa mendatang. Studi ini bertujuan untuk menentukan pengaruh *Shopee Pay* dan *Shopee Pay Later* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Studi ini adalah penelitian kuantitatif yang menggunakan teknik *Cluster* dengan metode *proportional stratified Random sampling*. 289 mahasiswa diambil melalui metode purposive sampling, setelah kuisioner skala Likert dipergunakan untuk mengumpulkan data, regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis hasilnya. Hasil uji dari penelitian ini menunjukkan: 1) Shopee Pay terdapat pengaruh kuat pada perilaku konsumtif dengan total signifikansi $0,014 < 0,05$, dan 2) Shopee Pay Later berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif dengan signifikan $0,000 < 0,05$. Nilai Fhitung adalah 259,134 dengan signifikansi 0,00.

Kata Kunci : *Shopee Pay*, *Shopee Pay Later*, Perilaku Konsumtif

PENDAHULUAN

Seiring majunya zaman yang modern, ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) mengalami pertumbuhan dan kemajuan yang amat cepat dalam hal teknologi khususnya di internet. Perkembangan dan kemajuan di bidang Teknologi serta Internet saat ini amat penting untuk masyarakat dan di mahasiswa untuk mengulik informasi, berkomunikasi, dan juga sebagai hiburan sampai melakukan transaksi melalui berbagai macam *E-Commerce* atau biasa disebut dengan belanja secara *Online*, Hal tersebut membuat gaya hidup individu berubah karena semakin banyaknya kebutuhan hidup manusia, semakin meningkat pula gaya hidupnya (*Lifestyle*) [1].

Banyaknya populasi, cepatnya pertumbuhan penggunaan jaringan internet dan telepon yang menjadi potensi bagi ekonomi digital nasional. Sehingga, banyak terciptanya beragam *electronic Commerce (E-Commerce)* dengan sistem pembayaran yang beragam sehingga mempermudah masyarakat maupun mahasiswa dalam berbelanja karena kini sistem pembayaran tak hanya bergantung pada penggunaan kartu kredit melainkan bisa menggunakan *Fintech* [2].

Salah satu *fintech* atau *platform* perdagangan elektronik yang populer dikalangan masyarakat maupun mahasiswa adalah Shoppe, aplikasi ini merupakan salah satu aplikasi *platform* perdagangan *online* yang menawarkan berbagai fitur pembayaran termasuk *Shopee Pay* dan *Shopee Pay Later* dengan didukung adanya pembayaran menggunakan digital *payment* pada aplikasi Shopee yang mengakibatkan akses berbelanja secara *online* menjadi meningkat karena konsumen akan melakukan transaksi dengan menggunakan metode pembayaran secara *Cashless*, sistem pembayaran ini telah memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi masyarakat maupun mahasiswa[3].

Pada *platform mobile Shopee* seseorang semakin mudah dalam mencari produk, berbelanja dan membuat usaha langsung melalui ponsel atau gadget mereka, dan yang menarik pada *platform Shopee* ini karena terdapat fitur *Shopee pay* dan *Shopee Pay Later* dimana kedua fitur ini merupakan dompet Digital dengan sistem pembayaran secara *cash* kepada penjual di *platform Shopee* dengan melakukan *top up* sedangkan *Shopee pay later* ini merupakan suatu fitur yang ada di aplikasi *Shopee* yang menyediakan pinjaman dana dengan awal pinjaman mulai nol persen (0%) tanpa ada minimal transaksi. Penggunaan *shopee pay later* ini membuat masyarakat khususnya mahasiswa melakukan pembelian secara *impulsif*, pembeli dengan cara beli sekarang bayar nanti memungkinkan masyarakat khususnya mahasiswa mempunyai akumulasi hutang dan sulit untuk mengontrol keinginan terus membeli hal tersebut pastinya akan memberikan beban *finansial* dimasa depan dan menjadikan masyarakat khususnya mahasiswa berperilaku konsumtif [4].

Akibatnya penggunaan sistem *Shopee Pay* dan *Shopee Pay later* dikalangan Mahasiswa yang seringkali tidak bisa mengabaikan keinginannya untuk membeli produk yang menarik sehingga menjadikan mahasiswa mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku *konsumtif* mereka. Hampir 50% mahasiswa memanfaatkan fitur *shopee pay* sebagai sebagai alat pembayaran untuk jual dan beli barang maupun jasa, dan beberapa mahasiswa menggunakan *shopee pay later* untuk membeli barang yang menyebabkan beberapa diantara mahasiswa tersebut terjatuh hutang dan ketergantungan pada kredit yang ada di aplikasi *Shopee* [5].

Oleh karena itu, penting untuk memahami pengaruh dalam penggunaan sistem *Shopee Pay* dan *Shopee Pay Later* terhadap perilaku *konsumtif* mahasiswa. Dalam konteks tersebut, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengidentifikasi sejauh mana penggunaan *platform Shopee* ini memengaruhi kecenderungan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri dalam membeli barang secara *impulsif*, menimbang kebutuhan dan keterbatasan finansial mereka, serta mencari solusi untuk mengelola perilaku *konsumtif* yang berlebihan.

METODE

Pada studi ini, metode kuantitatif digunakan, Jenisnya adalah penelitian kuantitatif kausalitas. Regresi linier berganda Sebagai analisis metode dalam studi kasus ini. Studi ini melibatkan 1.041 Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri di tingkat dua dan tiga. *Cluster Proportional stratified random sampling technique*. Digunakan untuk pengembalian sampel karena populasi sampel tidak rata. Alasan peneliti memilih tehnik ini adalah karena ingin mengukur hubungan sebab-akibat antara variabel secara objektif.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

a. Hasil Penelitian

Studi ini, melibatkan 289 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusantara PGRI Kediri. Dengan menggunakan teknik *proporsional stratified random sampling*, responden tersebut dipilih dari 1041 mahasiswa yang tergabung dalam populasi, dan kemudian dianalisis menggunakan metode kelompok. Dari karakteristik responden, 186 perempuan mewakili 64,3% dari sampel, dan 105 laki-laki mewakili 35,7%. Ini menunjukkan bahwa lebih banyak responden perempuan dibandingkan laki-laki. Selain itu, Hasil penelitian juga menunjukkan sebanyak 206 responden dari program studi Manajemen, mencakup 71,3% dari total sampel, 67 responden program studi Akuntansi, yaitu 23,2%, serta 16 responden dari program studi Pendidikan Ekonomi, yang mewakili 5,5% dari keseluruhan sampel.

b. Hasil Analisis Data

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji ini dipergunakan untuk memastikan pernyataan didalam kuesioner tidak hanya akurat tetapi juga valid. Pengujian ini dilakukan terhadap 50 responden. Nilai *r* tabel 0,278 dengan menggunakan perhitungan *Pearson Correlation* dengan nilai signifikansi (0,05) 5%, diperoleh nilai *r* tabel sebanyak 0,278. di variabel X1, *r* hitung tertinggi artinya 0,849 (item X1.9) dan terendah 0,559 (item X1.7). pada variabel X2, *r* hitung tertinggi ialah 0,893 (item X2.3) serta terendah 0,376 (item X2.7). sementara itu, variabel Y mempunyai *r* hitung tertinggi 0,855 (item Y.13) serta terendah 0,492 (item Y3). Karena *r* hitung di tiap item lebih banyak dari *r* tabel (0,278), ditarik kesimpulan semua item pernyataan pada penelitian ini reliabel dan valid, sehingga bisa menjadi instrumen penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ditujukan menganalisis bahwa pertanyaan pada kuesioner konsisten serta dapat dipercaya. Pengujian ini menggunakan statistik Cronbach Alpha melalui perangkat SPSS versi 23. Bila nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,70, jadi instrumen dianggap mempunyai reliabilitas yang baik. sesuai pengujian, nilai reliabilitas untuk variabel X1 merupakan 0,963, variabel X2 sebanyak 0,943, dan variabel Y sebanyak 0,964. dengan nilai Cronbach Alpha pada variabel di atas 0,70, jadi kesimpulannya bahwa instrumen penelitian pada variabel-variabel tersebut reliabel. **Uji Asumsi Klasik**

a. Uji Normalitas

Penelitian ini menguji data normalitas, pengujian ini digunakan agar mengetahui data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau tidak. Uji ini dilakukan memanfaatkan metode *kolmogorov-Smirnov* dan P-P Plot.

- 1) Statistik

Tabel 1
Uji Normalitas Kolmogorow-Smirnov
One-Sample Kolmogorow-Smirnov Test

ONE-SAMPLE KOLMOGOROV-SMIRNOV TEST

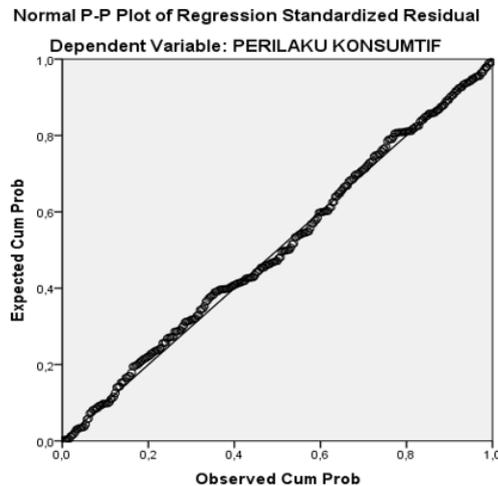
		Unstandardized Residual
N		289
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0448317
	Std. Deviation	13,71136341
Most Extreme Differences	Absolute	,041
	Positive	,029
	Negative	-,041
Test Statistic		,041
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: (Output SPSS Versi 23 yang Diolah, 2024)

Terlihat dari hasil data uji normalitas di atas, signifikansi nilai yang diperoleh melebihi 0,05, yakni 0,200 > 0,05, yang menandakan data tersebut berdistribusi normal.

2) Grafik Norma P-P Plot



Gambar 1 Normal P-P Plot Uji Normalitas

Sumber: (Output SPSS 23 diolah, 2024)

Grafik P-P Plot di atas menunjukkan pola garis yang berdistribusi normal, terlihat dengan terbanyaknya titik residual yang sejajar di sekitar garis diagonal. Maka ditarik kesimpulan jika data distribusi diatas dikatakan normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas ditujukan terjadi atau tidak korelasi antar variabel independen pada analisis regresi. Hal ini dilakukan menggunakan regresi dengan faktor inflasi varians (VIF). umumnya, batas VIF yang digunakan merupakan 10 untuk menentukan adanya multikolinieritas. Toleransi yang mendekati 1 mengindikasikan hubungan rendah antar variabel independen. oleh sebab itu, hasil dari analisis yang diperoleh menunjukkan tidak adanya masalah multikolinieritas apabila total toleransi lebih dari 10% dan VIF kurang dari 10. berdasarkan hasil pengujian multikolinieritas yang sudah dilakukan, diketahui nilai VIF pada variabel X1 mempunyai total VIF sebanyak 1,015 dengan nilai tolerance 0,986 dan X2 sebanyak 1,015 dengan nilai tolerance 0,986. dari klasifikasi hasil uji multikolinieritas tersebut dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai VIF < 10 dan total tolerance > 0,10, jadi di katakan tidak adanya korelasi dari variabel independen atau tidak menunjukkan terjadinya multikolinieritas.

c. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menentukan apakah kesalahan prediksi variabel pengganggu pada suatu periode dan variabel pada periode sebelumnya berkorelasi satu sama lain.

Tabel 2
Hasil Uji Autokorelasi

MODEL SUMMARY^B

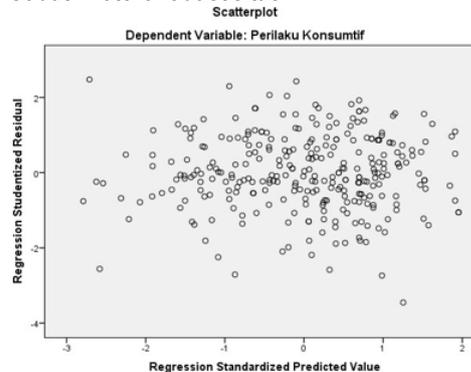
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,803 ^a	,646	,643	2,224	1,878

Sumber: (Output SPSS Versi 23 yang Diolah, 2024)

Dari data tabel diatas, terlihat bahwa nilai DW 1,878 dan nilai dU yang dihitung dari parameter (k=2, N=289) adalah 1,8143 jadi, dapat disimpulkan Durbin-Watson berada dalam rentang nilai $dU < DW$ atau $4-dU$ atau $1,8143 < 1,878 < 2,1857$. Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terdapat autokorelasi.

d. Uji Heterokedastisitas

Tujuan pengujian heterokedastisitas adalah untuk menentukan adakah variasi yang signifikan dalam residual yang diamati dalam analisis regresi. Untuk melakukan pengujian ini, dilakukan pengecekan sebaran pada titik-titik scatterplot untuk melihat seberapa luas penyebaran titik-titik tersebut. Heterokedastisitas.



Gambar 2 Scatterplot Uji Heterokedastisitas
 Sumber: (Output SPSS Versi 23 diolah, 2024)

Hasil grafik menunjukkan bahwa pola penyebaran titik pada scatterplot terlihat secara acak menyebar pada angka 0 pada sumbu Y baik diatas maupun dibawah. Pola yang menyebar acak menunjukkan bahwa model regresi yang dievaluasi menunjukkan tidak adanya heterokedastisitas.

Analisis Linier Berganda

Tabel 3.
Uji Regresi Linier Berganda

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
		B	Std. Error	Beta		
1.	(Constant)	28,728	4,793		5,994	,000
	Shopee Pay	,116	,047	,141	2,478	,014
	Shopee Pay Later	,180	,043	,241	4,226	,000

Sumber: (Output SPSS Versi 23 yang diolah, 2024)

Hasil dari tabel 3 pada uji regresi Linier berganda diatas, maka diperoleh koefisien konstanta dengan jumlah nilai 28,728, *Shopee Pay* dengan nilai sebesar 0,116 dan *Shopee Pay Later* dengan nilai sebesar 0,180. Maka persamaan Uji Regresi linier berganda diperoleh rumus sebagai berikut:

$$Y = a + bX1 + bX2$$

$$Y = 28,728 + 0,116X1 + 0,180X2$$

Interpretasi dari penelitian diatas mempunyai makna yaitu :

- a. Konstanta = 28,728
Hasil nilai konstanta sebesar 28,728 dimana variabel perilaku konsumtif dengan variabel lain, antara lain variabel Shopee pay dan Shopee Pay Later, maka variabel perilaku konsumtif tidak mengalami perubahan. Jadi adanya pengaruh satu arah antara variabel *Independen* dan variabel *dependen*.
- b. Koefisien X1 = 0,116
Variabel X1 mengalami kenaikan 1 poin, maka terjadi peningkatan perilaku konsumtif sebanyak 0,116 dengan anggapan variabel lainnya tetap konstan.
- c. Koefisien X2 = 0,180
Variabel X2 mengalami kenaikan 1 poin, sehingga terjadi peningkatan pada variabel perilaku konsumtif sebanyak 0,180, dengan syarat variabel lainnya tetap konstan.

Uji Hipotesis

a. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t)

Uji t ditujukan untuk menentukan validitas apakah hipotesis diterima atau ditolak. Dengan perbandingan antara nilai t_{tabel} dan t_{hitung} pada tingkat signifikansi 5% (sig.0,05) [6]. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau sig. $< 0,05$, maka H_0 (hipotesis nol) ditolak dan H_1 (hipotesis alternatif) diterima, menunjukkan adanya pengaruh signifikan pada variabel bebas dan terikat. Sebaliknya, jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau sig. $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, ini menunjukkan tidak ada pengaruh signifikan antara variabel independen dan dependen. Penelitian ini menunjukkan bahwa *Shopee Pay* dan *Shopee Pay Later* berkontribusi 64,6% terhadap variabel perilaku konsumtif, sedangkan faktor tambahan yang tidak dibahas dalam penelitian ini berkontribusi sebesar 35,4%.

Tabel 4.
Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1. (Constant)	28,728	4,793		5,994	,000		
Shopee Pay	,116	,047	,141	2,478	,014	,986	1,015
Shopee Pay Later	,180	,043	,241	4,226	,000	,986	1,015

Sumber: (Output SPSS Versi 23 yang diolah, 2024)

Data yang disajikan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Signifikan dari variabel *Shopee Pay* (X1) adalah 0,014 Karena $0,014 < 0,05$ atau t_{hitung} sebesar $2,478 > t_{tabel}$ sebesar 1,968 maka H_0 ditolak. ini menunjukkan pada variabel (X1) *Shopee Pay* memiliki pengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif (Y).
2. Signifikan *Shopee Pay Later* (X2) memiliki signifikan sebesar 0,000.
Dari tingkat signifikan umum 0,05 dan pertimbangan nilai t_{hitung} sebesar $4,226 > t_{tabel}$ 0,968 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. kesimpulannya, *Shopee Pay Later* (X2) memiliki pengaruh secara parsial terhadap perilaku *Konsumtif* (Y).

b. Uji signifikan parameter simultan Uji (F)

Tabel 5
Hasil Uji F

	Model	Sum Of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2584,470	2	1292,235	259,134	,000 ^b
	Residual	1426,208	286	4,987		
	Total	4010,678	288			

Sumber: (Output SPSS Versi 23 yang diolah, 2024)

Dari tabel uji F yang disajikan, disimpulkan bahwa total Fhitung sebanyak 259,134 dengan jumlah nilai signifikan 0,000. Kesimpulan tersebut menandakan secara simultan, variabel *Shopee Pay*(X1) dan *Shopee Pay Later* (X2), adanya pengaruh signifikan terhadap variabel Perilaku Konsumtif (Y). maka dari itu, H0 dapat ditolak dan H1 dapat di terima karena membuktikan adanya pengaruh yang signifikan antara variabel *Shopee Pay* dan *Shopee Pay Later* terhadap perilaku konsumtif.

c. Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 6
Hasil Koefisien Determinasi
MODEL SUMMARY^B

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,803 ^a	,646	,643	2,224	1,878

a. Predictors: (Constant), *Shopee pay later*, *Shopee Pay*

b. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

Sumber: (Output SPSS Versi 23 yang diolah, 2024)

Hubungan yang kuat ditunjukkan oleh nilai R square 0,646 atau 64,6%, seperti yang ditunjukkan oleh hasil koefisien determinasi ditabel. Penelitian ini mengindikasikan bahwa *Shopee Pay* dan *Shopee Pay Later* memberikan sebesar 64,6% kontribusinya terhadap perilaku konsumtif, sementara 35,4% tambahan dipengaruhi oleh variabel dan factor tambahan yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Pembahasan

1. Pengaruh *Shopee Pay* Terhadap Perilaku Konsumtif

Shopee Pay, sebagai dompet digital, memungkinkan transaksi cepat dan mudah, mendorong mahasiswa melakukan pembelian lebih sering, dan meningkatkan perilaku konsumtif. Penelitian menunjukkan bahwa *Shopee Pay* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan nilai signifikansi 0,014. Uji t menunjukkan nilai 2,478 > 1,968, sehingga H0 ditolak dan H1 diterima. Responden yang setuju sebesar 37% dan tidak setuju sebesar 27,7%, menunjukkan perlunya edukasi tentang manajemen keuangan. Penelitian ini sejalan dengan [7] menunjukkan bahwa penggunaan dompet digital seperti *Shopee Pay* meningkatkan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa karena promosi agresif dan kemudahan akses transaksi. Penelitian lain juga menunjukkan bahwa dompet digital seperti *Shopee Pay* meningkatkan frekuensi belanja online karena proses pembayaran yang cepat dan mudah [8]. Selain itu, penelitian oleh [9] menunjukkan bahwa kemudahan pembayaran digital meningkatkan intensi belanja mahasiswa secara signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa *Shopee Pay* memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

2. Pengaruh *Shopee Pay Later* terhadap perilaku konsumtif

Shopee Pay Later adalah fitur yang memungkinkan pengguna untuk membeli barang sekarang dan membayar kemudian dengan cicilan, dengan kemudahan tersebut membuat mahasiswa dengan keterbatasan dana sangat tertarik dengan metode beli sekarang dan bayar nanti. Penelitian menunjukkan bahwa *Shopee Pay Later* memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, dengan nilai signifikan 0,000. Mahasiswa cenderung lebih konsumtif karena mereka bisa menunda pembayaran dan mengatur cicilan, serta adanya *Shopee Pay Later* memberikan ketersediaan dana lebih.

Hasil penelitian membuktikan bahwa *Shopee Pay Later* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, hal ini terlihat dari hasil nilai uji t sebesar $4,226 > 1,968$. Terkait tanggapan responden, 47,1% setuju dan 15,6% tidak setuju bahwa fitur ini mempengaruhi perilaku konsumtif, menunjukkan perlunya edukasi tentang pengelolaan keuangan yang bertanggung jawab untuk mengurangi perilaku konsumtif pada Mahasiswa.

Penelitian sebelumnya [7] juga menemukan bahwa *Shopee Pay Later* meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa secara signifikan, karena kemudahan kredit yang sering kali menyebabkan pembelian barang yang tidak dibutuhkan. Fitur kredit seperti *Shopee Pay Later* mendorong perilaku konsumtif lebih tinggi di kalangan mahasiswa karena kemudahan dalam memperoleh barang tanpa pembayaran langsung [10].

3. Pengaruh sistem *Shopee Pay* dan *Shopee Pay Later* terhadap perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil uji F, variabel *Shopee Pay* dan *Shopee Pay Later* memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai F hitung sebesar 259,134 dan signifikansi 0,000. Ini berarti H_0 ditolak dan H_3 diterima, menunjukkan adanya dampak signifikan kedua variabel tersebut terhadap perilaku konsumtif. Koefisien determinasi menunjukkan nilai R square sebesar 64,6%, menandakan kontribusi kuat dari *Shopee Pay* dan *Shopee Pay Later* terhadap perilaku konsumtif, sementara 35,4% dipengaruhi oleh faktor lain.

Temuan ini searah dengan penelitian [11] dan [12], dimana menunjukkan bahwa sistem pembayaran digital seperti *Shopee Pay* dan *Shopee Pay Later* dapat meningkatkan konsumsi mahasiswa melalui kemudahan akses, promosi, dan opsi pembayaran tunda. Mahasiswa diharapkan untuk meningkatkan literasi keuangan guna menghindari perilaku konsumtif berlebihan. Penelitian [13] juga mendukung bahwa promosi dan kemudahan akses dari *Shopee Pay Later* berkontribusi pada perilaku konsumtif mahasiswa.

Kesimpulan

Fokus dari penelitian ini ditunjukkan untuk mengetahui bagaimana sistem *Shopee Pay* mempengaruhi perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri, bagaimana *Shopee Pay Later* mempengaruhi perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri dan pengaruh Sistem *Shopee Pay* dan *Shopee Pay Later* terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi serta bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri. Dilihat dari perumusan masalah dan temuan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan bahwa.

Untuk penelitian ini peneliti memanfaatkan SPSS versi 23, dari hasil olah data menggunakan aplikasi SPSS mengetahui bahwa variabel *Shopee Pay* memiliki signifikansi sebanyak 0,14, yang kurang dari signifikansi 0,05, sehingga H_0 dapat ditolak serta H_1 diterima. Hal tersebut diketahui bahwa *Shopee Pay* mempunyai pengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif. Selain itu, variabel *Shopee Pay Later* memiliki signifikansi 0,000, yang juga kurang asal 0,05, sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima, ini menunjukkan bahwa *Shopee Pay Later* secara parsial mempengaruhi perilaku konsumtif.

Analisis uji simultan membentuk F hitung sebanyak 259,134 dengan nilai signifikansi 0,000, menunjukkan bahwa, variabel *Shopee Pay* dan *Shopee Pay Later* memberikan dampak signifikan terhadap perilaku konsumtif. Oleh karena itu, H_0 ditolak jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa secara simultan adanya pengaruh yang relevan antara variabel *Shopee Pay* dan *Shopee Pay Later* terhadap perilaku konsumtif.

Daftar Pustaka

- [1] R. A. Nadialista Kurniawan, "Pengaruh shopee pay terhadap perilaku konsumtif," *Ind. High. Educ.*, vol. 3, no. 1, pp. 1689–1699, 2021.
- [2] Astiana, Mustari, T. Supatminingsih, M. I. Said, and M. Hasan, "Pengaruh Promosi, Kemudahan, dan Kepercayaan terhadap keputusan Pembelian melalui sistem E-Commerce Shopee Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kecamatan Mamasa Kabupaten Mamasa," *J. Ekon. Sos. dan Hum.*, vol. 1, no. 3, pp. 14–26, 2021.
- [3] E. Sari and R. Kusuma, "Keabsahan Perjanjian Kredit Dengan Fitur Shopee Paylater Pada Aplikasi Shopee," *Priv. Law*, vol. 2, no. 3, pp. 540–548, 2022, doi: 10.29303/prlw.v2i3.1532.
- [4] H. N. Adilah, V. Ardyan Novita, D. Sri Lestari, and F. Haibah, "Beli Online, Bayar Offline: Cod Shopee Dan Dampaknya Terhadap Mahasiswa Millennial," *Acad. J. Multidiscip. Stud.*, vol. 6, no. 2, pp. 205–224, 2022, doi: 10.22515/academica.v6i2.5710.
- [5] widiana saskia putri, "pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap pengambilan keputusan pembelian pada aplikasi Shopee," 2022.
- [6] D. Syafriani, A. Darmana, F. A. Syuhada, and D. P. Sari, "Buku Ajar Statistik Uji Beda Untuk Penelitian Pendidikan (Cara Dan Pengolahannya Dengan SPSS)," *Cv.Eureka Media Aksara*, pp. 1–50, 2023.
- [7] Arba'atun, "PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI KEPERCAYAAN PENGGUNAAN SHOPEEPAY TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA SAAT PANDEMI COVID 19," *Respostory*, 2022.
- [8] T. Anisa, C. Tofel, L. Tobing, N. A. Ar, and S. G. Pane, "Analisis Sistem Pembayaran Menggunakan Dompot Digital Payment System Analysis Using Digital Wallet," *J. Inf. Technol. Comput. Sci.*, vol. 7, no. 1, 2024.
- [9] john L. Capinera, "PENGARUH PENGGUNAAN SISTEM PEMBAYARAN SHOPEE PAY dan PAY LATER 'BAYAR NANTI' TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA UIN RADEN INTAN LAMPUNG DALAM PERSPEKTIF BISNIS Syariah," *Block Caving – A Viable Altern.*, vol. 21, no. 1, pp. 1–9, 2021, [Online]. Available: <https://doi.org/10.1016/j.solener.2019.02.027><https://www.golder.com/insights/block-caving-a-viable-alternative/>
- [10] S. AFTIKA, H. HANIF, and Y. DEVI, "Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopeepaylater 'Bayar Nanti' Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Uin Raden Intan Lampung Dalam Perspektif Bisnis Syariah," *REVENUE J. Manaj. Bisnis Islam*, vol. 3, no. 1, pp. 87–106, 2022, doi: 10.24042/revenue.v3i1.11228.
- [11] N. Hidayanti, D. P. Wiryaningtyas, F. Ariyantiningasih, and A. D. W. Ciptasar, "3560-194-17074-1-10-20240204," vol. 2, no. 7, pp. 1471–1489, 2023.
- [12] R. F. Sari and D. Marlius, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada D'sruput Lapai Padang," *J. Pendidik. Tambusai*, vol. 7, no. 1, pp. 1801–1812, 2023.
- [13] Eva Fitria, Elvina, and Pitryani, "Analisis Penggunaan Aplikasi Shopeepay Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Universitas Labuhanbatu," *Arbitr. J. Econ. Account.*, vol. 3, no. 2, pp. 276–280, 2022, doi: 10.47065/arbitrase.v3i2.481.