

PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN SPAYLATER PADA MAHASISWA FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS POTENSI UTAMA MEDAN

Cindy Hana Gloria Panjaitan¹, Rismawati Munthe²

^{1,2}Program Studi Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Potensi Utama Medan, Indonesia

Corresponden E-Mail; hanacindy0@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Perilaku Konsumtif terhadap Minat Penggunaan Spaylater pada mahasiswa Fakultas Potensi Utama Medan, dengan menggunakan non-probability sampling. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan skala likert. Data dianalisis menggunakan teknik analisis regresi sederhana dengan bantuan program IBM SPSS 25 for Windows. Dari hasil analisis regresi ini diperoleh nilai r-Square sebesar 0,222 atau 22,2%. Artinya variabel perilaku konsumtif secara simultan mempengaruhi perilaku konsumtif sebesar 49%. Sisanya sebesar 51% (100%-49%) dipengaruhi oleh variabel lain di luar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti. Nilai R yang diperoleh dari hasil tersebut adalah 0,222 (22,2%). Berdasarkan pedoman interpretasi koefisien korelasi, hubungan antara perilaku konsumtif dengan minat penggunaan Spaylater adalah 0,222 (22,2%), yang termasuk dalam kategori sedang.

Kata Kunci: Perilaku Konsumtif; Minat Menggunakan Spaylater

Abstract

This study aims to determine the influence of consumer behavior on the interest in using Spaylater among students of the Faculty of Primary Potential in Medan, using non-probability sampling. The data collection technique was carried out using a Likert scale. The data were analyzed using a simple regression analysis technique with the help of the IBM SPSS 25 for Windows program. From the results of this regression analysis, an r-square value of 0.222 or 22.2% was obtained. This means that consumer behavior variables simultaneously influence consumer behavior by 49%. The remaining 51% (100% - 49%) is influenced by other variables outside this regression equation or variables not studied. The R value obtained from these results is 0.222 (22.2%). Based on the guidelines for interpreting the correlation coefficient, the relationship between consumer behavior and interest in using Spaylater is 0.222 (22.2%), which is included in the moderate category.

Keywords: Consumer Behavior: Interest in Using Spaylater

PENDAHULUAN

Teknologi informasi dan industri perdagangan elektronik, yang lebih dikenal sebagai e-commerce, telah memberikan dampak yang mendalam bagi semua pengguna. Teknologi itu sendiri merupakan media yang memudahkan pengguna dengan menyederhanakan proses jual beli online.(Saputra, 2023)Industri ini memberikan kemudahan dan dampak bagi masyarakat, termasuk transformasi signifikan dalam berbagai aspek, seperti komunikasi, ekonomi, pendidikan, hiburan, dan cara kita berinteraksi dengan dunia.(Haryanti, 2016). Kemajuan teknologi informasi dan industri e-commerce telah mengubah cara masyarakat bertransaksi, termasuk di kalangan mahasiswa. Salah satu inovasi yang sedang berkembang adalah layanan pembayaran digital, seperti SpayLater, yang memungkinkan pengguna melakukan pembelian secara kredit dengan cepat dan mudah. Layanan ini sangat menarik bagi mahasiswa, yang seringkali menghadapi kendala keuangan namun tetap ingin memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.(Pulungan & Febriaty, 2018).

Menurut Katadata 2024, Shopee merupakan salah satu platform e-commerce yang paling banyak dikunjungi di Indonesia sepanjang tahun 2023, dengan 2,35 miliar kunjungan. Shopee juga memfasilitasi pengajuan pinjaman melalui SpayLater. Survei Populix 2024 menemukan bahwa SpayLater merupakan layanan yang paling dikenal oleh 89% responden, dan PayLater merupakan layanan yang paling sering digunakan, dengan 77% responden.

Aplikasi Shopee menghadirkan fitur PayLater, sebuah program cicilan online di mana peminjam dan pemberi pinjaman, yaitu Shopee, memberikan pinjaman yang hanya berlaku untuk pembelian produk di aplikasi, dengan jangka waktu mulai dari 1 bulan hingga 12 bulan dan bunga mulai dari 0% hingga 2,95%. Kehadiran PayLater di aplikasi Shopee telah menarik banyak orang untuk menggunakan fitur tersebut untuk transaksi online hingga pembelian produk mulai dari kebutuhan sehari-hari hingga kebutuhan lainnya. Namun, kemudahan pembelian produk dengan limit pinjaman yang besar dan persyaratan pengajuan yang mudah dapat memicu perilaku konsumtif jika tidak dikelola dengan baik antara kebutuhan dan keinginan. (Maris dan Listiadi, 2021).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), minat adalah kecenderungan seseorang terhadap sesuatu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat penggunaan dan manfaat sistem layanan ShopeePayLater. Para mahasiswa percaya bahwa ShopeePayLater menawarkan manfaat bagi pengguna. Proses pendaftarannya sangat mudah dan cepat, hanya membutuhkan KTP dan nomor ponsel. Semua manfaat dan fasilitas yang ditawarkan Shopee akan mendorong mahasiswa untuk menggunakan ShopeePayLater saat berbelanja. (Eliza dan Syafriani, 2023).

Di kalangan mahasiswa, fitur Shopee PayLater sangat membantu dalam memenuhi kebutuhan mereka, terutama ketika mereka melihat suatu barang yang ingin dimiliki namun belum memiliki cukup uang saat itu juga, maka Shopee PayLater bisa menjadi jalan pintas dalam mendapatkan barang tersebut dimana saja dan diskon atau potongan harga yang diberikan membuat mereka langsung membelinya tanpa berpikir dua kali. (Nurmalia, Wulan, & Utamie, 2024).

Minat penggunaan paylater di kalangan mahasiswa dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah perilaku konsumen. (Romadloniyah & Setiaji, 2020) Mahasiswa, sebagai kelompok yang sedang dalam masa transisi menuju kemandirian finansial, seringkali terpapar berbagai pengaruh sosial dan budaya yang mendorong mereka untuk berbelanja. Kecenderungan mengikuti tren dan gaya hidup yang berkembang di kalangan teman sebaya dapat membuat mereka lebih rentan menggunakan layanan kredit seperti bayar nanti. Seringkali, mereka merasa perlu memiliki barang-barang tertentu, seperti gawai terbaru atau pakaian bermerek, yang seringkali tidak mampu mereka beli dengan uang tunai.

Setiap manusia memiliki beragam kebutuhan dalam hidupnya, seperti kebutuhan dasar atau primer, sekunder, dan tersier. Perilaku konsumtif adalah kebiasaan membeli barang atau jasa yang tidak didasarkan pada kebutuhan primer, seringkali dipicu oleh dorongan emosional, dan cenderung berlebihan serta melakukan pembelian tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang sebenarnya. Menurut Haryani & Herwanto (Hasibuan, Harahap, & Nasution, 2024) Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai tindakan pembelian barang yang tidak rasional dan mengutamakan keinginan. Menurut Qaradhawi, (Cintya dan Nisa, 2024) mendefinisikan perilaku konsumtif adalah perilaku manusia yang berlebihan meskipun menikmati sesuatu yang halal namun tidak dibutuhkan.

Terdapat fenomena perilaku konsumtif yang banyak terjadi saat ini yaitu di kalangan mahasiswa menurut Pulungan & Febriaty (Hadiatullah, Sudyarti, & Kurniawansyah, 2023) menyatakan alasan mengapa mahasiswa memiliki sifat konsumtif adalah untuk menjaga penampilan dan gengsi yang menimbulkan masalah baru seperti kegagalan mahasiswa dalam mengelola keuangannya hingga menjadi boros, karena mengikuti keinginan tanpa mempertimbangkan kebutuhan. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam menggunakan Shopee Paylater, ada dua aspek faktor internal yaitu faktor psikologis dan faktor pribadi menurut (Noviana, 2023).

Aspek emosional seperti keinginan akan produk yang praktis atau pengalaman berbelanja juga dapat memengaruhi penggunaan SpayLater. Beberapa mahasiswa memiliki keterbatasan finansial, dan SpayLater menawarkan kemudahan pembayaran, yang memungkinkan mereka membeli produk dengan pembayaran yang ditangguhkan. Namun, di balik kemudahan ini terdapat potensi perilaku konsumen yang dapat mengancam keseimbangan finansial dan spiritual mahasiswa, serta membuat konsumen dan mahasiswa tidak ragu untuk berutang.

Namun, di sisi lain, penggunaan sistem bayar nanti ini juga dapat merugikan mereka yang tidak mempertimbangkannya dengan matang. Seperti yang kita ketahui, banyak mahasiswa tidak memiliki penghasilan tetap. Jika mereka terjebak dalam gaya hidup konsumtif dan tidak mengendalikan pengeluaran, mereka cenderung mengabaikan tagihan bayar nanti, menurut Mursalina dkk., 2024. Namun, tagihan-tagihan ini bukanlah hal yang sepele dan dapat berdampak signifikan pada kehidupan mereka.(RAMADHANI, 2021). Nyawa mereka terancam jika tidak dibayar tepat waktu. Ketika mereka terlambat membayar tagihan gaji, risiko terlilit utang dan kesulitan keuangan meningkat, terutama karena mereka tidak memiliki penghasilan tetap.

Minat menggunakan SPayLater menunjukkan potensi yang signifikan dalam mendorong perilaku konsumen di kalangan mahasiswa. Kemudahan akses, penawaran promosi yang menarik, dan faktor psikologis dapat memicu keputusan pembelian impulsif, yang berisiko menjerumuskan mahasiswa ke dalam masalah keuangan jangka panjang. Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa untuk memiliki kesadaran diri dan literasi keuangan yang kuat, sementara SPayLater juga perlu memprioritaskan praktik bisnis yang bertanggung jawab. Riset yang orisinal dan mendalam sangat penting untuk memahami fenomena ini secara lebih komprehensif dan merumuskan solusi yang tepat.(Fauzziyah & Widayati, 2020).

Beberapa penelitian terdahulu yang menjadi acuan dalam penelitian ini antara lain penelitian yang dilakukan oleh(PERDANA & Mujasih, 2018)"Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa" dengan total 51 mahasiswa sebagai responden. Hal ini menunjukkan adanya hubungan positif antara penggunaan Paylater dengan perilaku konsumtif mahasiswa, hal ini dibuktikan dengan hasil uji hipotesis yang memperoleh angka signifikansi sebesar 0,003.

> 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan penggunaan Shopee PayLater berpengaruh positif terhadap perilaku konsumen mahasiswa diterima.

Selain itu, dalam penelitian yang dilakukan(Paywala, Sunaryanto, & Utomo, 2022)Pengaruh Perilaku Konsumtif Belanja Online terhadap Minat Beli Ulang pada Shopee Paylater (Studi pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Pakuan Tahun 2020-2023) menunjukkan bahwa perilaku konsumtif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang melalui Shopee Paylater, dengan nilai $0,000 < 0,05$ dan nilai T hitung $> T$ tabel ($5,846 > 1,984$). (Kadeni, 2018).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (FitriaElvi, Jurnal et al., 2025) "Dampak Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi pada Program Studi Kewirausahaan di Institut Teknologi Keling Kumang)" Dengan jumlah responden sebanyak 64 mahasiswa(Hakim, 2021)Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan terkait mahasiswa pengguna Shopee Paylater terdapat pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Program Studi Kewirausahaan Institut Teknologi Keling Kumang, uji statistik menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan.(Helen dan Rusdi, 2023)Dengan hasil uji signifikansi diperoleh nilai sebesar $0,000 < \text{lebih kecil dari taraf Sig } 0,05 (5\%)$, dengan tingkat kepercayaan 95%, hal ini menegaskan bahwa hubungan kedua variabel tersebut mempunyai signifikansi yang kuat.(Rahma, sri utami bukhari , eri Prasetyo, 2020).

Banyak penelitian telah menunjukkan adanya korelasi positif antara perilaku konsumen dan minat penggunaan SpayLater(Lestari, 2020)Studi ini berfokus pada minat penggunaan SpayLater,

termasuk pengetahuan tentang fitur dan fungsi aplikasi, persepsi kemudahan aplikasi dan fleksibilitas pembayaran, serta minat terhadap berbagai promosi yang ditawarkan. (PADILA, 2020).

Perilaku konsumtif yang tidak terkontrol dapat mendorong penggunaan layanan spaylater, khususnya bagi mahasiswa Fakultas Psikologi, Universitas Potensi Utama, Medan. Dari hasil observasi di Google Form, terlihat bahwa dari 25 orang yang mengisi G-Form, hanya 8 orang yang tidak menggunakan spaylater. (Harahap, 2019) Siswa yang menggunakan layanan ini juga menyatakan bahwa mereka sudah tahu cara menggunakan spaylater, promosi yang diberikan, dan konsekuensi penggunaan spaylater. (Nasrullah, Kasmar, & Syahrullah, 2022) Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat permintaan penggunaan spaylater terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Potensi Utama Medan. (Hidayah & Bowo, 2018).

Fitur ini sangat membantu siswa memenuhi kebutuhan sehari-hari, termasuk makanan dan perlengkapan. Hal ini memicu kembali minat untuk menggunakan SpayLater. (Ronaldo, Nugrahaningsih, & Pratamajaya, 2023) Meskipun fitur ini bermanfaat, risiko terlilit hutang dan kesulitan keuangan juga meningkat, terutama bagi mahasiswa tanpa penghasilan tetap. (Khairinal, Syuhada, & Sitinjak, 2022) Proses ini sejalan dengan teori Hurlock bahwa minat adalah sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa pun yang mereka inginkan jika mereka memiliki kebebasan untuk memilih. (DEWI ANGELIA, 2023).

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Perilaku Konsumtif Terhadap Minat Penggunaan Spaylater pada Mahasiswa Fakultas Potensi Utama Medan"

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan terhadap mahasiswa Fakultas Psikologi (semester II, IV, VI) Universitas Potensi Utama Medan, yang berlokasi di Jl. KL. Yos Sudarso Km. 6,5 No. 3-A, Tanjung Mulia, Tj. Mulia, Kecamatan Medan Deli, Kota Medan, Sumatera Utara. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli 2025. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya dengan cara meneliti populasi dan sampel tertentu, mengumpulkan informasi menggunakan alat penelitian, dan melakukan analisis data kuantitatif atau statistik. Menurut (Sugiyono, 2013) penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai suatu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan yaitu untuk mengetahui pengaruh perilaku konsumen terhadap minat penggunaan spaylater pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Potensi Utama Medan.

Variabel penelitian adalah karakteristik, kondisi, atau faktor yang dapat bervariasi atau berubah dan diukur dalam suatu penelitian. Variabel-variabel ini merupakan inti dari setiap penelitian karena peneliti ingin memahami hubungan antar variabel, atau bagaimana satu variabel memengaruhi variabel lainnya. Populasi adalah keseluruhan objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang hendak diteliti dan dari situ akan ditarik kesimpulan. Populasi Menurut Sugiyono (2022), populasi adalah objek/subjek yang ditetapkan untuk diteliti dan ditarik kesimpulannya, yang memiliki kualitas karakteristik tertentu. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa fakultas psikologi Universitas Potensi Utama Medan yang berjumlah 23 mahasiswa semester 2 pagi, 29 mahasiswa semester 2 siang, 26 mahasiswa semester 4 pagi, 25 mahasiswa semester 4 sore, 20 mahasiswa semester 6 pagi, 20 mahasiswa semester 6 sore, sehingga berjumlah 20 mahasiswa sehingga totalnya menjadi 143 mahasiswa. Menurut Sugiyono (2019), sampel adalah sebagian dari populasi beserta karakteristiknya. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 80 mahasiswa psikologi.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan jenis pengambilan sampel non-probabilitas. Menurut Sugiyono (2020), pengambilan sampel non-probabilitas adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan atau peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Metode pengumpulan data penelitian yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi yang relevan terkait permasalahan yang diambil dalam penelitian ini adalah teknik skala. Bentuk skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner. Menurut (Sugiyono, 2013) skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau sekelompok orang terhadap fenomena sosial.

Skala Likert, yang merupakan metode penskalaan pernyataan sikap yang menggunakan distribusi responden untuk menentukan skalanya, dibagi menjadi 4 pilihan jawaban yang berisi pernyataan positif dan negatif: "Sangat Setuju" (SS), "Setuju" (S), "Tidak Setuju" (TS), dan "Sangat Tidak Setuju" (STS). Penilaian item positif berkisar dari 4 Sangat Setuju, 3 Setuju, 2 Tidak Setuju, dan 1 Sangat Tidak Setuju

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan di Universitas Potensi Utama Medan yang beralamat di JL. KL. Yos Sudarso Km. 6.5 No.3-A, Tanjung Mulia, Tj. Mulia, Kecamatan Medan Deli, Kota Medan, Sumatera Utara. Universitas Potensi Utama Medan merupakan salah satu Perguruan Tinggi Swasta terbaik di Medan dengan akreditasi Sangat Baik. Visi Universitas Potensi Utama "Pada tahun 2035, menjadi perguruan tinggi terkemuka dalam bidang IPTEKS (Sains, Teknologi, dan Seni) di tingkat nasional dan berperan aktif di tingkat internasional." Misi ini menekankan pentingnya pengembangan teknologi yang saat ini sangat maju dan berkembang bagi kemajuan bangsa.

Misi Universitas Potensi Utama adalah "Menyelenggarakan Pendidikan Bermutu di Tingkat Sumatera." Misi ini menekankan pentingnya pendidikan terbaik di Sumatera Utara, "Menyelenggarakan Penelitian yang Dapat Dipublikasikan di Tingkat Nasional." Bertujuan untuk melaksanakan penelitian berkualitas yang memenuhi standar akademik untuk publikasi terakreditasi nasional, dan "Menyelenggarakan Kegiatan dan Layanan yang Bermanfaat bagi Masyarakat." Bertujuan untuk menyediakan layanan dan program yang relevan untuk membantu dan memberdayakan masyarakat.

Penelitian ini telah meminta izin kepada Dekan Fakultas Psikologi Universitas Potensi Utama, Medan, sebelum melakukan penelitian. Setelah mendapatkan izin, peneliti melakukan observasi sederhana. Selanjutnya, peneliti meminta izin penelitian kepada Fakultas Psikologi Universitas Potensi Utama, yang membuktikan bahwa peneliti memang merupakan mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Potensi Utama yang akan melakukan penelitian untuk menyelesaikan tugas akhirnya, yaitu tesis. Dengan demikian, peneliti berkesempatan untuk melakukan penelitian lebih lanjut di Fakultas Psikologi Universitas Potensi Utama, Medan.

Sebelum melakukan penelitian, peneliti terlebih dahulu mengembangkan alat ukur berupa skala. Setelah menentukan aspek-aspek teoritis, peneliti merancang skala yang berisi beberapa item. Selanjutnya, peneliti menguji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian terhadap 80 mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Potensi Utama, Medan, pada semester kedua, keempat, dan keenam.

Implementasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada tanggal 14 Juli 2025, terhadap 80 siswa Sekolah Kristen Sungai Kehidupan di Medan. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner menggunakan skala yang telah diuji coba sebelumnya. Setelah skala uji coba instrumen disebarkan, langkah selanjutnya adalah memberikan skor pada jawaban yang diberikan pada skala tersebut.

Analisis data

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif, juga dikenal sebagai analisis statistik deskriptif, dilakukan untuk mengidentifikasi karakteristik sampel atau data yang dikumpulkan secara akurat. Analisis ini kemudian digunakan untuk memberikan gambaran umum tentang masalah yang sedang dibahas. Karakteristik ini dapat mencakup modus, rata-rata, maksimum, minimum, deviasi standar, dan lain-lain.

Tabel 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

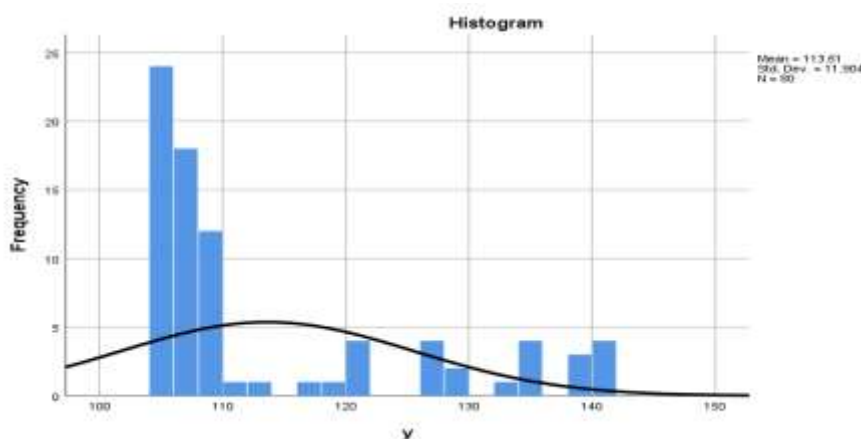
Statistik Deskriptif						
	N	Jangkauan	Minimum	Maksimum	Berarti	Deviasi Standar
Minat Menggunakan Spaylater	80	53	162	215	175.45	18.005
Perilaku Konsumen	80	35	105	140	113.61	11.904
N yang Valid (Berdasarkan Daftar)	80					

Uji statistik deskriptif untuk mengukur variabel perlu dilakukan untuk mendapatkan gambaran umum data, seperti nilai rata-rata (mean), nilai tertinggi (maks), nilai terendah (min), dan simpangan baku setiap variabel, yaitu variabel perilaku dan minat konsumen. Hasil uji statistik deskriptif dapat dilihat pada Tabel 4.5 di atas.

- 1) Variabel yang diminati (Y), dari data tersebut dapat digambarkan bahwa nilai minimumnya adalah 105 sedangkan nilai maksimumnya adalah 140 dan nilai mean atau nilai rata-ratanya adalah 175,45 sedangkan simpangan bakunya adalah 18,005.
- 2) Variabel perilaku konsumen (X) dari data tersebut dapat diuraikan nilai minimumnya sebesar 162 sedangkan nilai maksimumnya sebesar 215 dan nilai mean atau nilai rata-ratanya sebesar 113,61 sedangkan simpangan bakunya (simpangan baku) sebesar 11,904.

Hasil Perhitungan Rata-rata Hipotetis dan Rata-rata Empiris

Untuk menentukan perilaku dan minat konsumen dalam menggunakan spaylater, perlu membandingkan nilai rata-rata empiris dengan nilai rata-rata hipotetis dengan memperhatikan angka SD masing-masing variabel. Berdasarkan angka SD masing-masing variabel, jika nilai rata-rata KPR > nilai rata-rata empiris, di mana selisihnya melebihi SD, maka variabel tersebut tergolong buruk. Kemudian, jika nilai rata-rata empiris dengan nilai rata-rata KPR tidak melebihi angka SD, variabel tersebut tergolong sedang.



Gambar 1. Kurva Minat Penggunaan Spaylater

Diketahui dari gambar kurva di atas, nilai mean KPR sebesar 87,5 dan nilai empiris Minat Menggunakan Spaylater sebesar 113,61, dengan demikian untuk variabel Minat Menggunakan Spaylater diketahui bahwa Minat Menggunakan Spaylater cenderung tinggi, karena mean KPR < mean empiris. Untuk variabel Perilaku Konsumtif jumlah butir pernyataan yang digunakan sebanyak 54 butir dengan metode skala likert dalam 4 jawaban, diperoleh hasil mean hipotetik $\{(54 \times 1) + (54 \times 4)\} : 2 = 135$; SD 18,005 dan mean empiris sebesar 175,45. Diketahui dari gambar kurva di atas, nilai mean hipotetik sebesar 135 dan nilai empiris perilaku konsumen sebesar 175,45. Dengan demikian untuk variabel perilaku konsumen diketahui bahwa perilaku konsumen cenderung tinggi, karena mean hipotetik < mean empiris.

Hasil Perhitungan Analisis Regresi Korelasi

Momen Produk Berdasarkan analisis korelasi, terlihat adanya pengaruh yang signifikan antara perilaku konsumen dan minat penggunaan spaylater. Hasil ini dibuktikan dengan koefisien korelasi sebesar 0,222 dengan tingkat signifikansi <0,000. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan dinyatakan diterima. Tabel berikut merangkum perhitungan regresi.

Tabel 3. Ringkasan Perhitungan Uji Regresi

Variabel	R	R Persegi	Tanda tangan	Beta	Catatan
XY	.222 ^a	.049	0.000	0,975%	S

Berdasarkan tabel keluaran SPSS di atas, diketahui bahwa koefisien korelasi atau nilai R adalah 0,222 atau sama dengan 22,2%. Ini berarti bahwa variabel perilaku konsumen berkorelasi dengan Minat Menggunakan Spaylater sebesar 22,2%. Untuk melihat tingkat korelasi antara variabel perilaku konsumen dan Minat Menggunakan Spaylater, lihat tabel berikut: Dari hasil di atas, nilai R yang diperoleh adalah 0,406 (40,6%). Dalam tabel pedoman untuk menafsirkan koefisien korelasi di atas, dapat dilihat bahwa hubungan antara perilaku konsumen dan minat menggunakan Spaylater adalah 0,406 (40,6%) dalam kategori sedang.

Regresi Linier Sederhana

Model regresi linier sederhana adalah model probabilistik yang menyatakan hubungan linier antara dua variabel, di mana satu variabel diasumsikan memengaruhi variabel lainnya. Variabel yang memengaruhi disebut variabel independen, dan variabel dependen jika nilainya naik atau turun.

Tabel 4. Hasil Perhitungan Linear Sederhana

Ringkasan Model			
R	R Persegi	R Kuadrat yang Disesuaikan	Kesalahan Standar Estimasi
.222	.049	.037	11.682

Hasil yang dibantu dengan program IBM SPSS 25 for Windows menunjukkan hasil R Square sebesar .049 yang berarti besarnya pengaruh variabel bebas yaitu perilaku konsumen terhadap minat penggunaan Spaylater adalah sebesar .049 (49%), sedangkan sisanya (100%-49% = 51%) menjelaskan bahwa masih terdapat variabel lain yang mempengaruhi yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Diskusi

Penelitian ini berupaya mengungkap apakah ada pengaruh antara perilaku konsumtif aktivitas terhadap minat penggunaan spaylater pada mahasiswa Fakultas Psikologi potensi utama Medan. Berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa kepada 80 responden dengan taraf signifikansi 5%, variabel perilaku konsumtif menunjukkan 35 item yang tersebar pada 3 aspek valid. Berdasarkan hasil uji pada item skala, dapat dinyatakan bahwa alat ukur yang digunakan valid dan reliabel. Hasil penyebaran kuesioner minat penggunaan spaylater menunjukkan bahwa dari 54 item yang digunakan valid dan reliabel.

Hasil uji reliabilitas skala perilaku konsumen menunjukkan nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh sebesar 0,9869 dan hasil uji reliabilitas skala Minat Penggunaan Spaylater sebesar 0,98202 dan dinyatakan reliabel karena nilai Cronbach's Alpha variabel perilaku konsumen dan minat penggunaan spaylater > 0,60.

Hasil uji normalitas untuk karakteristik perilaku konsumen menghasilkan signifikansi 0,09 > 0,05, yang berarti distribusi variabel karakteristik perilaku konsumen berdistribusi normal. Hasil signifikansi untuk Minat Menggunakan Spaylater adalah 0,00 < 0,05, yang berarti karakteristik variabel Minat Menggunakan Spaylater tidak berdistribusi normal.

Hasil uji linearitas kedua variabel menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,00 yang berarti nilai signifikansi > 0,05 yang berarti hubungan antara variabel perilaku konsumen dengan minat penggunaan spaylater memiliki hubungan yang linear (0,00 > 0,05).

Berdasarkan hasil perhitungan mean hipotetik dan mean empiris diketahui nilai mean hipotetik perilaku konsumen sebesar 135 dan nilai empiris perilaku konsumen sebesar 175,45, dengan demikian untuk variabel perilaku konsumen diketahui bahwa perilaku konsumen tergolong cenderung tinggi, karena mean KPR < mean empiris. Kemudian diketahui mean nilai KPR minat menggunakan spaylater sebesar 87,5 dan nilai empiris minat menggunakan spaylater sebesar 113,61, dengan demikian untuk variabel minat menggunakan spaylater diketahui bahwa minat menggunakan spaylater tergolong cenderung tinggi, karena mean KPR < mean empiris.

Dari hasil pengujian yang telah dilakukan terbukti bahwa perilaku konsumen memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat penggunaan spaylater. melalui metode regresi linier sederhana yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 artinya semakin tinggi perilaku konsumen maka akan memicu semakin tinggi pula minat penggunaan spaylater. yang dirasakan oleh mahasiswa, begitu pula sebaliknya semakin rendah perilaku konsumen maka akan memicu semakin rendah pula minat penggunaan spaylater. yang dirasakan oleh mahasiswa.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Muhammad Rizal dkk, 2024) "Pengaruh Perilaku Konsumtif Belanja Online terhadap Minat Beli Ulang pada Shopee Paylater (Studi pada Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pakuan tahun 2020-2023)" Dengan jumlah populasi dan sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Menunjukkan bahwa perilaku konsumtif berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli ulang melalui Shopee Paylater menunjukkan hasil $0,000 < 0,05$ dan memperoleh nilai T hitung $> T$ tabel ($5,846 > 1,984$).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Zuliyansah dkk., 2024) "Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa" dengan total responden 51 mahasiswa. Hal ini menunjukkan adanya hubungan positif antara penggunaan Paylater dengan perilaku konsumtif mahasiswa, hal ini dibuktikan dengan hasil uji hipotesis yang memperoleh angka signifikansi sebesar $0,003. > 0,05$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan penggunaan Shopee Paylater berpengaruh positif terhadap perilaku konsumen mahasiswa diterima.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan yang signifikan antara perilaku konsumen dan minat menggunakan spaylater. Hasil ini dibuktikan dengan $R = 0,222$; $\text{sig} < 0,000$.
2. Hasil uji validitas variabel perilaku konsumen menunjukkan dari 54 item, 54 item diantaranya valid dan reliabel.
3. Hasil uji reliabilitas skala perilaku konsumen menunjukkan nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh sebesar $0,9869$ dan hasil uji reliabilitas skala minat penggunaan spaylater sebesar $0,98202$ dan dinyatakan reliabel karena nilai Cronbach's Alpha kedua variabel tersebut $> 0,60$.
4. Perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Potensi Utama Medan tergolong tinggi karena mean hipotetik $<$ mean empiris dan selisihnya lebih besar dari angka SD yaitu 18.005 . Selanjutnya dari segi minat penggunaan spaylater tergolong tinggi karena mean hipotetik $<$ mean empiris dan selisihnya lebih besar dari angka SD yaitu 11.904 . Terdapat pengaruh positif antara perilaku konsumtif dengan minat penggunaan spaylater. Artinya semakin tinggi perilaku konsumtif maka semakin tinggi pula minat penggunaan spaylater, sebaliknya semakin rendah perilaku konsumtif maka semakin rendah pula minat penggunaan spaylater.
5. Variabel perilaku konsumen terhadap minat penggunaan spaylater sebesar $0,49$ atau 49% yang berdasarkan nilai r-square memberikan sumbangan efektif terhadap minat penggunaan spaylater sebesar 49% sedangkan sisanya sebesar 51% dipengaruhi oleh faktor lain

DAFTAR PUSTAKA

- Cintya, P., & Nisa, F. L. (2024). Pandangan Proses Transaksi Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Prespektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *1*(2), 152–162. <https://doi.org/10.61722/Jemba.V1i2.115>
- Dewi Angelia, C. (2023). *Hubungan Antara Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif Pada Penggemar K-Pop Bts (Army)*. Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Opgehaal Van <http://repository.unissula.ac.id/id/eprint/28843>
- Eliza, Z., & Syafriani, N. (2023). Pengaruh Pengelolaan Dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Iain Langsa. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *2*(2), 27–41. <https://doi.org/10.58192/Profit.V2i2.723>
- Fauzziyah, N., & Widayati, S. (2020). Pengaruh Besaran Uang Saku Dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan Universitas Ivet. *Journal Of Economic Education And Entrepreneurship*, *1*(1), 24–28.

- Hadiatullah, H., Sudyarti, N., & Kurniawansyah, K. (2023). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 11(2), 230–242.
- Hakim, L. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri Dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(3), 19–29. <https://doi.org/https://doi.org/10.37673/Jmb.V4i3.1333>
- Harahap, D. (2019). Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 10(1), 9–14.
- Haryanti, F. D. (2016). *Pengaruh Pendapatan Orang Tua Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas Xi Ips Man Tulungagung 1*. Universitas Negeri Malang.
- Hasibuan, I. K., Harahap, I., & Nasution, J. (2024). Pengaruh Iklan, Konformitas Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Menurut Etika Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Uinsu). *Jurnal Manajemen Akuntansi (Jumsi)*, 4(2), 545–559. [Opgehaal Van https://doi.org/10.36987/Jumsi.V4i2.4302](https://doi.org/10.36987/Jumsi.V4i2.4302)
- Helen, E., & Rusdi, F. (2023). Komunikasi Pemasaran Salmonbyesther Menggunakan Media Sosial Sebagai Media Periklanan. *Kiwari*, 2(3), 444–451. <https://doi.org/10.24912/Ki.V2i3.25877>
- Hidayah, N., & Bowo, P. A. (2018). Pengaruh Uang Saku, Locus Of Control, Dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif. *Economic Education Analysis Journal*, 7(3), 1025–1039.
- Kadeni, N. S. (2018). Pengaruh Media Sosial Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 6(1), 61–70.
- Khairinal, K., Syuhada, S., & Sitingjak, R. S. (2022). Pengaruh Media Sosial, Konformitas, Dan Pendidikan Ekonomi Keluarga, Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas Xi Smk 1 Kota Jambi Tahun Pelajaran 2021/2022. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 923–938. <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/Jmpis.V3i2.1184>
- Lestari, L. (2020). *Penerapan Rantai Markov Dalam Menganalisis Persaingan Bisnis Situs Belanja Online*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. [Opgehaal Van Http://repository.uinsu.ac.id/id/eprint/10707](http://repository.uinsu.ac.id/id/eprint/10707)
- Maris, W. Y., & Listiadi, A. (2021). Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Locus Of Control Sebagai Variabel Intervening. *Akuntabel*, 18(3), 574–584.
- Nasrullah, N., Kasmar, K., & Syahrullah, S. (2022). Perlindungan Konsumen Atas Belanja Online. *Jihad: Jurnal Ilmu Hukum Dan Administrasi*, 4(2). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.58258/Jihad.V4i2.4619>
- Noviana, R. B. (2023). *Pengaruh Trend Dan Gaya Hidup Fashionable Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Syariah Iain Ponorogo*. Iain Ponorogo. [Opgehaal Van Http://etheses.iainponorogo.ac.id/id/eprint/23214](http://etheses.iainponorogo.ac.id/id/eprint/23214)
- Nurmalia, G., Wulan, M. N., & Utamie, Z. R. (2024). Gaya Hidup Berbasis Digital Dan Perilaku Konsumtif Pada Gen Z Di Bandar Lampung: Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee. *Jurnal Rekognisi Ekonomi Islam*, 3(01), 22–32. <https://doi.org/https://doi.org/10.34001/Jrei.V3i01.846>
- Padila, R. (2020). *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Pembatalan Transaksi Oleh Aplikasi Belanja Online Dalam Perspektif Hukum Islam Dan*.
- Paywala, R. J., Sunaryanto, S., & Utomo, S. H. (2022). Literasi Ekonomi, Rasionalitas Ekonomi, Dan JIPSI (Jurnal Ilmu Pendidikan dan Sosial) Vol 4 No. 4 Januari 2026/ 901
-

Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif. *Jambura Economic Education Journal*, 4(1), 16–22.

- Perdana, P. I., & Mujiasih, E. (2018). Hubungan Antara Konformitas Teman Sebaya Dengan Perilaku Konsumtif Membeli Pakaian Pada Mahasiswi Angkatan 2016 Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 6(4), 195–208. <https://doi.org/10.14710/Empati.2017.20031>
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 103–110.
- Rahma, Sri Utami Bukhari, Eri Prasetyo, T. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19. 2022.
- Ramadhani, M. (2021). *Pengaruh Pergaulan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Romadloniyah, A., & Setiaji, K. (2020). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Konformitas, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Prespektif Gender. *Economic Education Analysis Journal*, 9(1), 50–64. <https://doi.org/10.15294/Eeaj.V9i1.37224>
- Ronaldo, D., Nugrahaningsih, N., & Pratamajaya, E. (2023). Smartbox Penerima Paket Belanja Online. *Jurnal Teknologi Informasi: Jurnal Keilmuan Dan Aplikasi Bidang Teknik Informatika*, 7(2). <https://doi.org/10.47111/Jti.V7i2.8782>
- Saputra, M. A. (2023). *Perilaku Konsumtif Generasi Z Dalam Online Shopping Melalui Aplikasi Tiktok Shop (Studi Deskriptif Pada Kalangan Generasi Z Pengguna Aplikasi Tiktok Shop Di Desa Kedungwungu Kabupaten Banyuwangi)*. Universitas Muhammadiyah Malang. Opgehaal Van <https://etd.umm.ac.id/id/eprint/2271>