



Peran Literasi Keuangan dan Fitur Shopee *Paylater* dalam Membentuk Pola Konsumsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021 Universitas Negeri Semarang

Amalfi Marsha Putri ^{1*}, Suratno ²

¹ Universitas Negeri Semarang; Semarang, Jawa Tengah; e-mail : marshaptrr23@gmail.com

² Universitas Negeri Semarang; Semarang, Jawa Tengah; e-mail : suratnojambi@mail.unnes.ac.id

* Corresponding Author : Amalfi Marsha Putri

Abstract: This study aims to determine the effect of Financial Literacy and Shopee Paylater Features on Consumption Behavior. Using a quantitative approach with a causal design, data were collected from 204 students of the 2021 Economics Education Study Program at Semarang State University through questionnaires. The sampling technique was purposive sampling, and data analysis was conducted using multiple linear regression in IBM SPSS Statistics 25. The results showed that Financial Literacy had a significant positive effect on Consumption Behavior ($t = 2.133$; $sig = 0.034$), and the Shopee Paylater Feature also had a significant positive effect ($t = 2.678$; $sig = 0.008$). Simultaneously, both variables influenced consumption behavior significantly ($F = 5.354$; $sig = 0.005$) with an R^2 value of 22.5%. These findings suggest that financial awareness and the use of paylater services contribute to shaping student consumption patterns.

Keywords: Financial Literacy, Shopee Paylater Features, Consumption Behavior

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Literasi Keuangan dan Fitur Shopee PayLater terhadap Perilaku Konsumsi. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan desain kausal, dan data dikumpulkan dari 204 mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021 Universitas Negeri Semarang melalui kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, dan analisis data dilakukan dengan regresi linear berganda menggunakan IBM SPSS Statistics 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap Perilaku Konsumsi ($t = 2,133$; $sig = 0,034$), begitu juga Fitur Shopee PayLater ($t = 2,678$; $sig = 0,008$). Secara simultan, kedua variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi ($F = 5,354$; $sig = 0,005$), dengan nilai R^2 sebesar 22,5%. Temuan ini menunjukkan bahwa kesadaran keuangan dan penggunaan layanan paylater berkontribusi dalam membentuk pola konsumsi mahasiswa.

Kata kunci: Literasi Keuangan, Fitur Shopee PayLater, Perilaku Konsumsi

Received: 26 March
Revised: 15 April 2025
Accepted: 10 June 2025
Published: 20 June 2025
Curr. Ver.: 20 June 2025



Copyright: © 2025 by the authors.
Submitted for possible open
access publication under the
terms and conditions of the
Creative Commons Attribution
(CC BY SA) license
(<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

1. Pendahuluan

Modernisasi yang dibarengi dengan kemajuan teknologi mempengaruhi gaya hidup manusia saat ini. Materialistis bukan hal awam yang melekat pada Masyarakat saat ini. Kemudahan akses dalam mendapatkan informasi dan produk terkini menjadi lebih kompleks dan mudah. Platform digital seperti e-commerce, media sosial dan berbagai aplikasi lainnya memudahkan masyarakat kini mendapatkan kemudahan dalam melakukan sebuah transaksi. Minimnya edukasi dan pengetahuan mengenai pengelolaan keuangan mampu berdampak pada sifat konsumsi seseorang. Individu yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik akan dapat mengontrol pengeluaran dan lebih mementingkan untuk menabung dibandingkan menghambur-hamburkan uang yang dimiliki [1].

[2] menyatakan bahwa rendahnya tingkat literasi keuangan dapat membuat seseorang tidak memahami konsekuensi jangka panjang atas keputusan keuangan yang telah mereka

ambil. Sehingga literasi keuangan tidak hanya berfungsi sebagai perantara dalam menghindari masalah keuangan, tetapi dapat dijadikan pondasi dalam membentuk perilaku konsumsi yang rasional dan bertanggung jawab. Peningkatan literasi keuangan mampu mengurangi risiko masalah keuangan dan mampu meningkatkan kualitas hidup seseorang. Perilaku konsumsi yang sudah merambah di kalangan masyarakat saat ini dapat dipengaruhi oleh peran media dan teknologi. Promosi produk saat ini semakin menarik para konsumen, iklan-iklan telah dirancang dengan strategi emosional, sehingga mampu lebih memikat keinginan konsumen dalam membeli sesuatu.

Data survei nasional keuangan pribadi tahun 2023 mengungkapkan bahwa hampir 60% pengguna layanan *paylater* mengalami kesulitan dalam membayar cicilan bahkan berakhir dalam hutang yang bertumpuk. Selain itu, penggunaan *Shopee Paylater* juga dapat memperburuk perilaku konsumsi yang sudah ada, di mana pengguna merasa lebih bebas untuk berbelanja tanpa mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang. Penelitian tambahan menunjukkan bahwa 75% pengguna merasa tertekan akibat utang yang mereka miliki, menyoroti pentingnya edukasi keuangan untuk menghindari jebakan utang ini.

CNN Indonesia telah melakukan survei dari beberapa kasus mahasiswa yang terjerat utang *paylater*. CNN Indonesia menunjukkan bahwa banyak anak muda yang mengajukan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) pertama mereka ditolak karena memiliki riwayat utang *Paylater* sebesar Rp300.000 yang tercatat dalam Sistem Layanan Informasi Keuangan (SLIK). Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan *Paylater* dapat menimbulkan risiko jangka panjang yang merugikan. Tidak hanya itu perilaku konsumsi juga dapat disebabkan oleh penggunaan *Shopee Paylater*.

[3] dalam penelitiannya menyatakan bahwa terdapat beberapa mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang setuju akan pernyataan bahwa mahasiswa mampu mengesampingkan kebutuhan yang dianggap tidak penting. Para mahasiswa merasa telah mampu menyesuaikan pola belanja sesuai dengan kebutuhan. Hal tersebut memberikan hasil yang baik mengenai pengelolaan keuangan dan kemampuan dalam membedakan kebutuhan pokok dan kebutuhan mendesak. Namun ternyata sebagian mahasiswa merasa tidak puas dengan apa yang telah dimiliki. Kecenderungan mengkonsumsi secara berlebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan kedepannya. Sehingga mahasiswa akan mudah dipengaruhi oleh faktor lain. Mata pelajaran seperti ekonomi mikro dan makro, manajemen keuangan serta mata kuliah lainnya mampu memberikan pemahaman mendalam terkait pengelolaan keuangan terutama pada mahasiswa.

Perilaku konsumsi dapat disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya pengaruh lingkungan tempat tinggal, penggunaan teknologi seperti media sosial dan pergaulan dengan teman sebaya. [4] menyatakan bahwa perilaku konsumsi mengacu pada keputusan pembelian yang tidak lagi didasari oleh pertimbangan yang rasional, melainkan oleh dorongan keinginan yang tidak logis. Hal tersebut menekankan bahwa prioritas terhadap kebutuhan mendasar sebagai seorang mahasiswa yang dengan menempuh pendidikan tergolong rendah.

Fitur *Buy Now Pay Later* dapat mempengaruhi perilaku konsumsi pada mahasiswa, karena terdapat kemudahan dalam akses. [5] menjelaskan kemudahan akses dan promosi menarik dari *Shopee Paylater* dapat meningkatkan frekuensi pembelian mahasiswa yang mampu mengarahkan pada pengeluaran yang tidak terencana. Sehingga mahasiswa mungkin akan cenderung dalam membeli barang-barang yang tidak diperlukan hanya karena terdapat opsi untuk membayar nanti. [6] menyatakan bahwa interaksi sosial mampu mempengaruhi pola konsumsi mahasiswa, mahasiswa akan cenderung membeli barang-barang yang sedang tren untuk mendapatkan pengakuan dari teman-tamannya.

Penting bagi mahasiswa dalam memahami pengelolaan keuangan pribadi yang baik. Mahasiswa yang memiliki literasi keuangan yang baik akan cenderung bijak dalam mengelola keuangannya, sehingga perilaku konsumsi akan terhindar. [7] menjelaskan bahwa Keputusan pembelian yang impulsif dapat mengakibatkan pengeluaran yang berlebih dan dapat menimbulkan potensi masalah keuangan dimasa yang akan datang, sehingga hal tersebut menunjukkan bahwa sangat perlu kesadaran yang besar mengenai dampak jangka Panjang dari Keputusan keuangan yang diambil.

Berdasarkan latar belakang tersebut mengenai perilaku konsumsi pada era digital dan pemahaman mendalam mengenai bagaimana literasi keuangan mampu mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa, terutama pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi yang masih terbatas. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis seberapa besar Tingkat literasi keuangan,

kontribusi penggunaan fitur Shopee Paylater pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi 2021 Universitas Negeri Semarang. Berdasarkan latar belakang dan tujuan tersebut, maka dapat dirumuskan antara lain: 1) Seberapa besar pengaruh tingkat literasi keuangan mahasiswa Pendidikan Ekonomi 2021 Universitas Negeri Semarang terhadap perilaku konsumsi mereka?. 2) Apakah fitur Shopee Paylater berkontribusi signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Pendidikan Ekonomi 2021 Universitas Negeri Semarang?. 3) Apakah terdapat hubungan antara tingkat literasi keuangan dan penggunaan fitur Shopee Paylater terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Pendidikan Ekonomi 2021 Universitas Negeri Semarang?. 4) Bagaimana pengaruh simultan literasi keuangan dan penggunaan fitur Shopee Paylater terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Pendidikan Ekonomi 2021 Universitas Negeri Semarang?.

Kebaruan penelitian ini adalah menambah variabel literasi keuangan sebagai variabel bebas untuk melihat bagaimana pemahaman mahasiswa terkait pengelolaan keuangan turut mempengaruhi perilaku konsumsi. Selain itu, penelitian ini berfokus pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang angkatan 2021, yang berbeda dari objek penelitian sebelumnya. Dengan memperluas lingkup kajian melalui tambahan variabel literasi keuangan, penelitian ini menawarkan perspektif baru yang belum dijangkau dalam penelitian terdahulu, sekaligus memberikan wawasan tentang interaksi antara literasi keuangan dan penggunaan Shopee Paylater terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

2. Kajian Pustaka atau Penelitian Terkait

Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan pengembangan Theory of Planned Action (TPA) yang dikemukakan oleh Fishbein dan Ajzen pada tahun 1975. Theory of Planned Behavior (TPB) dapat dijadikan alat analisis dalam menganalisis perbedaan antara sikap, niat dan perilaku individu. Literasi keuangan berkaitan erat dengan perspektif control perilaku individu. Mahasiswa sebagai individu harus memiliki literasi keuangan yang baik, sehingga dalam memutuskan keputusan dapat lebih bijak. Rendahnya pemahaman mengenai keuangan mampu membuat mahasiswa tidak dapat mengendalikan keinginan dibandingkan kebutuhan, sehingga pengeluaran akan membludak dan akan memilih hal yang mudah yaitu melakukan kredit digital [8].

Perilaku Konsumsi

Perilaku konsumsi merupakan kebiasaan bahkan dapat dikatakan gaya hidup yang mengarah pada kemewahan dan berlebihan [9]. Membelanjakan atau melakukan pengeluaran yang tidak direncanakan dapat menimbulkan perilaku konsumsi. Individu yang memiliki gaya hidup yang mewah maka Tingkat kecenderungan dalam berperilaku konsumsi akan tinggi. Keputusan dalam konsumsi dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal. Faktor internal diantaranya motivasi, sikap, persepsi dan pembelajaran. Sedangkan faktor eksternal seperti, nirmal social, kelompok referensi, keluarga dan kebudayaan. Mengetahui perilaku konsumsi individu dapat dilakukan dengan menganalisis poin-poin sebagai berikut: pola konsumsi, motivasi konsumsi, kesadaran terhadap harga dan kualitas dan pengaruh teknologi dalam konsumsi [10].

Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah keunggulan seseorang dalam memahami dan mengetahui serta memiliki keterampilan dalam melakukan pengelolaan keuangan pribadi. Literasi keuangan yang baik akan membuat individu bijak dalam mengatur keuangan dan hal tersebut sangat penting untuk kehidupan sehari-hari. Penelitian ini menunjukkan bahwa seorang individu yang memiliki literasi keuangan yang tinggi akan cenderung lebih mampu mengelola keuangan dengan baik. Individu akan lebih membuat anggaran pengeluaran yang realistis dan menabung serta berinvestasi dengan bijak. [11] menjelaskan bahwa literasi keuangan yang baik mampu meningkatkan kemampuan seseorang ketika membuat ketentuan dalam investasi yang baik dan memahami risiko terkait produk keuangan. Dengan demikian, literasi keuangan tidak hanya berfungsi untuk menghindari jebakan utang, tetapi dapat berkontribusi pada perencanaan keuangan yang baik.

Faktor-faktor yang mempengaruhi literasi keuangan antara lain, 1) pemahaman digital terhadap produk dan layanan keuangan, 2) kemampuan manajemen keuangan yang fleksibel dan adaptif, 3) kesiapan financial untuk keadaan darurat dan masa depan, 4) kesadaran terhadap keamanan financial dan risiko penipuan digital. Sedangkan dalam mengetahui tingkat literasi keuangan suatu individu dapat diketahui melalui indikator sebagai berikut; 1)

pemahaman digital terhadap produk dan layanan keuangan, 2) kemampuan manajemen keuangan yang fleksibel dan adaptif, 3) kesiapan finansial untuk keadaan darurat dan masa depan, 4) kesadaran terhadap keamanan finansial dan risiko penipuan digital [12].

Fitur Shopee Paylater

Shopee PayLater adalah layanan "Buy Now, Pay Later" (BNPL) yang ditawarkan oleh platform e-commerce Shopee, dengan adanya platform tersebut mampu memudahkan pengguna dalam melakukan pembelian dan membayarnya di kemudian hari. Mekanisme layanan ini dimulai dengan pengguna yang memenuhi syarat mengaktifkan fitur Shopee PayLater melalui aplikasi Shopee. Setelah diaktifkan, pengguna diberikan batas kredit yang dapat digunakan untuk berbelanja di platform tersebut. Saat melakukan pembelian, pengguna dapat memilih opsi pembayaran dengan Shopee PayLater, yang memungkinkan mereka untuk membayar di bulan berikutnya atau mencicil dalam jangka waktu tertentu, seperti 2, 3, 6, atau 12 bulan. Setiap transaksi yang dilakukan dengan Shopee PayLater dikenakan biaya administrasi atau bunga yang bervariasi tergantung pada tenor cicilan yang dipilih. Menurut sumber, bunga yang dikenakan berkisar antara 0% hingga 2,95% per bulan. Selain itu, jika pengguna memilih opsi cicilan bulanan, akan ada biaya pemrosesan sebesar 1,25% dari jumlah pesanan setiap bulan. Dalam mengetahui lebih mendalam terkait mekanisme dan ketentuan fitur Shopee Paylater terdapat beberapa indikator dalam mengukurnya, diantaranya; 1) sikap terhadap penggunaan, 2) norma sosial, 3) control perilaku dan 4) niat menggunakan

Kerangka Berpikir

Pengaruh Literasi Digital terhadap Perilaku Konsumsi

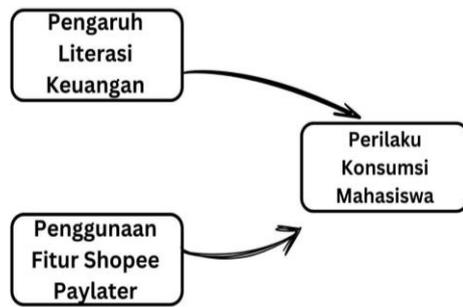
Literasi keuangan memiliki kontribusi krusial untuk mempengaruhi perilaku konsumsi individu. Pengetahuan dan pemahaman literasi keuangan yang baik dapat menciptakan Keputusan keuangan yang bijak juga. [13] dalam penelitiannya menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumsi pada mahasiswa. Sehingga semakin tinggi kemampuan literasi keuangan mahasiswa maka perilaku konsumsi akan semakin menurun, sebaliknya jika literasi keuangan mahasiswa rendah maka Tingkat perilaku konsumsinya akan semakin meningkat. [14] menyatakan bahwa literasi keuangan adalah perspektif mendalam mengenai keuangan serta kemampuan dalam mengelola keuangan dan hal tersebut yang dibutuhkan oleh seorang individu. [15] dalam penelitiannya juga menyatakan bahwa pengaruh literasi digital berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi. Semakin tinggi literasi keuangan seseorang, maka perilaku konsumsi akan semakin rendah, sebaliknya jika literasi keuangan rendah maka perilaku konsumsi seseorang akan semakin tinggi. Literasi keuangan yang tinggi akan menyebabkan perilaku konsumsi seseorang menjadi rendah atau sebaliknya, literasi keuangan yang rendah dapat menyebabkan keputusan yang tidak tepat dalam pengambilan keputusan pengeluaran [16]. Dengan demikian hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H1: Pengaruh positif literasi digital terhadap perilaku konsumsi

Pengaruh Fitur Shopee Paylater terhadap Perilaku konsumsi

Penggunaan fitur Shopee PayLater dapat mempengaruhi perilaku konsumsi individu secara signifikan. Shopee PayLater adalah layanan yang memungkinkan pengguna untuk melakukan pembelian sekarang dan membayarnya di kemudian hari atau dengan cicilan. Kemudahan ini dapat mendorong perilaku konsumsi, terutama bagi mereka yang kurang memiliki kontrol diri dalam berbelanja. [17] dalam penelitiannya menjelaskan mengenai fitur shopee paylater berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Fitur paylater menyebabkan mahasiswa untuk berbelanja semakin banyak, kemudahan yang membayar di waktu yang akan datang menjadi alternatif bagi mahasiswa dalam memperoleh produk yang diinginkan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh [18] memaparkan bahwa penggunaan shopee paylater berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Penelitian yang dilakukan [19] menyatakan bahwa fitur shopee paylater memberikan dampak positif terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Transaksi konsumsi disebabkan karena terdapat pembelian yang dilakukan tanpa adanya pertimbangan, kemudahan dan manfaat yang dapat dirasakan memicu sikap boros mahasiswa. Dengan demikian hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H2: Pengaruh fitur shopee paylater terhadap perilaku konsumsi



Gambar 1 Kerangka Berpikir

3. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan desain kausalitas. Data dalam penelitian ini bersifat faktual dengan jenis data berupa primer. Lokasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Universitas Negeri Semarang, dengan fokus penelitian yang diteliti yaitu pada mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021 Universitas Negeri Semarang. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Pendidikan Ekonomi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu purposive sampling dan menggunakan rumus Slovin sebagai menentukan jumlah sampel. Adapun kriteria responden penelitian ini antara lain:

1. Mahasiswa Pendidikan Ekonomi memiliki latar belakang keilmuan yang berkaitan langsung dengan pengelolaan keuangan
2. Program Studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2021

Rumus Solvin antara lain:

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

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi (417 mahasiswa)

e = tingkat kesalahan atau margin of error (0,05)

Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Slovin, diperoleh jumlah sampel minimum sebesar 204 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan skala likert dengan keterangan, sangat setuju (SS) diberi skor 5, setuju (S) diberi skor 4, netral (N) diberi skor 3, tidak setuju (TS) diberi skor 2 dan sangat tidak setuju (STS) diberi skor 1. Penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas dalam memastikan keabsahan data. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dalam mendeskripsikan data dan menggunakan analisis regresi berganda dalam mengetahui pengaruh setiap variabel. Penelitian ini menggunakan alat analisis IBM SPSS Statistic 25.

Tabel 1 Variabel Penelitian

No	Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
Variabel Dependen				
1.	Perilaku Konsumsi	Perilaku konsumsi merupakan kebiasaan bahkan dapat dikatakan gaya hidup yang mengarah pada kemewahan dan berlebihan	1) pola konsumsi 2) motivasi konsumsi 3) kesadaran terhadap harga dan kualitas 4) pengaruh teknologi dalam konsumsi	[9];[10]

Variabel Independen				
1.	Literasi Keuangan	Literasi keuangan adalah keunggulan seseorang dalam memahami dan mengetahui serta memiliki keterampilan dalam melakukan pengelolaan keuangan pribadi.	1) pemahaman digital terhadap produk dan layanan keuangan 2) kemampuan manajemen keuangan yang fleksibel dan adaptif 3) kesiapan finansial untuk keadaan darurat dan masa depan 4) kesadaran terhadap keamanan finansial dan risiko penipuan digital	[10];[11]
2.	Fitur Shopee Paylater	Shopee PayLater adalah layanan "Buy Now, Pay Later" (BNPL) yang ditawarkan oleh platform e-commerce Shopee, dengan adanya platform tersebut mampu memudahkan pengguna dalam melakukan pembelian dan membayarnya dikemudian hari.	1) sikap terhadap penggunaan 2) norma social 3) control perilaku 4) niat menggunakan	[21]

4. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, data yang dapat dihitung dan diukur secara langsung, serta disajikan dalam bentuk angka atau statistik. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Perhitungan jumlah sampel yang digunakan adalah rumus Slovin, Rumus ini dipilih karena cukup sederhana dan umum digunakan dalam penelitian dengan populasi besar, serta memberikan hasil sampel yang representatif dengan tingkat kesalahan tertentu. Teknik pengumpulan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner atau angket. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan cara menyajikan sejumlah pertanyaan yang diberikan kepada responden. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala ordinal dengan metode skala Likert. Uji keabsahan data diuji menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik untuk mengukur valid atau

tidaknya data yang digunakan dan menggunakan analisis deskriptif sebagai pengelompokan data yang digunakan serta analisis linear berganda dalam mengetahui tingkat pengaruh setiap variabel.

4.1. Uji Validitas

Perhitungan hasil uji validitas instrumen Perilaku Konsumsi pada tabel 2 dapat diketahui bahwa 18 item pertanyaan yang dilakukan serta dibagikan kepada 100 responden dinyatakan valid karena seluruh pertanyaan memiliki r hitung yang lebih besar dari r tabel. Sehingga 18 item pertanyaan yang digunakan dalam penelitian sesuai dan dapat digunakan untuk mengukur variabel Perilaku Konsumsi.

Tabel 2 Uji Validitas Perilaku Konsumsi

Indikator	Item	r tabel	r hitung	Keterangan
Merek Produk	1	0,361	0,523	Valid
	2	0,361	0,450	Valid
	3	0,361	0,365	Valid
Kenyamanan Berbelanja	4	0,361	0,373	Valid
	5	0,361	0,428	Valid
	6	0,361	0,406	Valid
Memandangan Harga	7	0,361	0,391	Valid
	8	0,361	0,383	Valid
	9	0,361	0,489	Valid
Aspek Pembelian yang Berlebihan	10	0,361	0,551	Valid
	11	0,361	0,641	Valid
	12	0,361	0,525	Valid
Aspek Pembelian tanpa Berpikir Matang	13	0,361	0,607	Valid
	14	0,361	0,739	Valid
Aspek Pembelian untuk Pemenuhan Keinginan	15	0,361	0,0498	Valid
	16	0,361	0,615	Valid
	17	0,361	0,429	Valid
	18	0,361	0,664	Valid

Perhitungan hasil uji validitas instrumen variabel Literasi Keuangan pada tabel 3 diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa 12 butir pertanyaan tersebut seluruhnya valid. Sehingga seluruh pertanyaan dalam variabel tersebut dapat digunakan dalam pengambilan data dalam penelitian.

Tabel 3 Uji Validitas Literasi Keuangan

Indikator	Item	r tabel	r hitung	Keterangan
Pemahaman Digital terhadap Produk atau Layanan Keuangan	19	0,361	0,410	Valid
	20	0,361	0,497	Valid
	21	0,361	0,502	Valid
Kemampuan Manajemen Keuangan yang Fleksibel dan Adaptif	22	0,361	0,492	Valid
	23	0,361	0,378	Valid
	24	0,361	0,628	Valid
	25	0,361	0,416	Valid

Kesiapan Finansial	26	0,361	0,491	Valid
dalam keadaan	27	0,361	0,379	Valid
Darurat dan Masa Depan				
Kesadaran	28	0,361	0,681	Valid
keamanan	29	0,361	0,487	Valid
Finansial dan Risiko penipuan Digital	30	0,361	0,508	Valid

Perhitungan hasil uji validitas instrumen variabel Fitur Shopee Pay Later pada tabel 4 diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa 12 butir pertanyaan tersebut seluruhnya valid. Sehingga seluruh pertanyaan dalam variabel tersebut dapat digunakan dalam pengambilan data dalam penelitian.

Tabel 4 Uji Validitas Fitur Shopee Paylater

Indikator	Item	r tabel	r hitung	Keterangan
Penyebab Menggunakan Shopee Paylater	31	0,361	0,471	Valid
	32	0,361	0,777	Valid
	33	0,361	0,665	Valid
Kepuasan dan Kemudahan	34	0,361	0,617	Valid
	35	0,361	0,567	Valid
	36	0,361	0,474	Valid
Cash back	37	0,361	0,674	Valid
	38	0,361	0,752	Valid
	39	0,361	0,705	Valid
Jaminan Keamanan	40	0,361	0,494	Valid
	41	0,361	0,620	Valid
	42		0,589	Valid

4.2. Uji Reliabilitas

Perhitungan hasil uji reliabilitas pada tabel 5 menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,7-, sehingga instrumen penelitian ini dinyatakan reliabel.

Tabel 5 Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbah's Alpha	Minimal Cronbach's Alpha yang disarankan	Keterangan
1.	Literasi Keuangan	0,888	0,79	Reliabel
2.	Fitur Shopee Paylater	0,916	0,79	Reliabel

4.3. Uji Analisis Deskriptif

Berdasarkan tabel 6 diperoleh hasil analisis deskriptif diketahui nilai rata-rata variabel Literasi Keuangan sebesar 47,74, dengan nilai maksimum sebesar 58 dan nilai minimum sebesar 24. Sementara hasil analisis deskriptif variabel Fitur Shopee Paylater diketahui bahwa nilai rata-rata sebesar 42,13, dengan nilai maksimum sebesar 52 dan nilai minimum sebesar 34. Sedangkan hasil analisis deskriptif diketahui nilai rata-rata Perilaku Konsumsi sebesar 62,54, dengan nilai maksimum sebesar 76 dan nilai minimum sebesar 50.

Tabel 6 Uji Analisis Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Literasi Keuangan	204	24,00	58,00	47,7402	7,67416
Penggunaan Fitur Shopee PayLater	204	34,00	52,00	42,1373	3,19957
Perilaku Konsumsi	204	50,00	76,00	62,5441	4,14194
Valid N (listwise)	204				

4.4. Uji Normalitas

Berdasarkan tabel 7 menyatakan bahwa hasil uji normalitas menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,200. Karena nilai ini lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal. Sehingga memenuhi salah satu asumsi dasar regresi linier, sehingga model yang digunakan dianggap layak untuk dianalisis lebih lanjut.

Tabel 7 Uji Normalitas

Hasil Uji Statistik Kolmogrov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		204
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,04417811
Most Extreme Differences	Absolute	,054
	Positive	,033
	Negative	-,054
Test Statistic		,054
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.

4.5. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk melihat apakah terdapat korelasi tinggi antara variabel bebas. Berdasarkan hasil pada table 8 menyatakan bahwa nilai tolerance untuk variabel literasi keuangan dan Shopee PayLater masing-masing sebesar 0,990, dan nilai VIF sebesar 1,010. Karena seluruh nilai tolerance > 0,10 dan VIF < 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas. Artinya, kedua variabel bebas bersifat independen dan tidak saling mempengaruhi secara linear.

Tabel 8 Uji Multikolinearitas

Hasil Uji Multikolinearitas								
Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	50,323	5,394		9,330	,000		
	Literasi Keuangan	,063	,082	,053	,762	,447	,990	1,010
	Penggunaan Fitur Shopee PayLater	,228	,090	,176	2,522	,012	,990	1,010

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

4.6. Uji Heteroskedastisitas

Pada uji heteroskedastisitas, nilai signifikansi untuk literasi keuangan sebesar 0,284 dan untuk Shopee PayLater sebesar 0,797. Karena keduanya lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Dengan demikian, data yang digunakan sudah memenuhi asumsi homogenitas varians atau sebaran error yang seragam.

Tabel 9 Uji Heteroskedastisitas
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,859	3,437		1,414	,159
	Literasi Keuangan	-,056	,053	-,076	-1,073	,284
	Penggunaan Fitur Shopee PayLater	,015	,058	,018	,257	,797

a. Dependent Variable: ABS_RES

4.7. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 10 Analisis Linear Berganda

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	48.641	4.334		11.222	,000
	Literasi Digital	,080	,037	,147	2.133	,034
	Fitur Shopee Paylater	,239	,089	,185	2.678	,008

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan gambar hasil uji model analisis regresi linear berganda secara simultan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Literasi Digital

Berdasarkan tabel 10 menyatakan bahwa nilai koefisien konstanta bernilai positif, sebesar 48.641. Sementara nilai koefisien regresi variabel Literasi Digital (X1) sebesar 0.080. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Perilaku Konsumsi (Y) mengalami kenaikan sebesar 0.080. Berdasarkan tabel 10 menyatakan bahwa nilai t hitung secara simultan variabel kepercayaan merek yaitu 2.133 lebih besar dari 1.972, kurang dari 0,05 ($0.034 < 0.05$) dan koefisien regresi bernilai positif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Literasi Keuangan berpengaruh positif signifikan secara simultan terhadap Perilaku Konsumsi.

2. Fitur Shopee Paylater

Berdasarkan tabel 10 menyatakan bahwa nilai koefisien konstanta bernilai positif, sebesar 48.641. Sementara nilai koefisien regresi Fitur Shopee Paylater (X2) sebesar 0.239. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Perilaku Konsumsi (Y) mengalami kenaikan sebesar 0.239. Berdasarkan tabel 10 menyatakan bahwa nilai t hitung secara simultan variabel fasilitas yaitu 2.678 lebih besar dari 1.972, kurang dari 0,05 ($0.008 < 0.05$) dan koefisien regresi bernilai positif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Fitur Shopee Paylater berpengaruh positif signifikan secara simultan terhadap Perilaku Konsumsi.

4.9. Uji simultan (F)

Hasil pengolahan data pada tabel 11 menunjukkan hasil uji signifikansi simultan (uji F) menunjukkan nilai F hitung sebesar 5.354 dengan nilai signifikansi sebesar 0,005. Temuan ini menunjukkan bahwa variabel dependen yaitu Perilaku Konsumsi (Y) ditentukan secara serta-sama (simultan) dengan faktor independen yaitu Literasi Keuangan (X1) dan Fitur Shopee Paylater (X2). Temuan ini mendukung gagasan bahwa H_0 diterima.

Tabel 11 Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	176.140	2	88.070	5.354	.005 ^b
	Residual	3306.463	201	16.450		
	Total	3482.603	203			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), Fitur Shopee Paylater, Literasi Digital

4.10. Koefisien Determinasi (R²)

Berdasarkan hasil uji R2 pada table 12, nilai koefisien determinasi di kolom R sebesar 0.225 (22,5%), serta nilai koefisien korelasinya adalah hubungan antara Literasi Keuangan, Fitur Shopee Paylater dan Perilaku Konsumsi. Variabel Literasi Keuangan dan Fitur Shopee Paylater memberikan kontribusi sebesar 22,5 % terhadap variabel Perilaku Konsumsi berdasarkan koefisien determinasi atau nilai R-squared, sedangkan faktor lain yg tidak tercakup pada penelitian ini menyampaikan kontribusi sebesar 77,5 %. Sehingga dapat disimpulkan bahwa, untuk lebih membahas Perilaku Konsumsi lebih mendalam dan komprehensif, diharapkan dapat menambahkan variabel lain selain variabel yang dibahas dalam penelitian ini.

Tabel 12 Uji R²

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.225 ^a	.051	.041	4.056

a. Predictors: (Constant), Fitur Shopee Paylater, Literasi Digital

5. Perbandingan

Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumsi

Penelitian ini menemukan bahwa nilai t hitung secara simultan variabel kepercayaan merek yaitu 2.133 lebih besar dari 1.972, kurang dari 0,05 (0.034 < 0.05) dan koefisien regresi bernilai positif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Literasi Keuangan berpengaruh positif signifikan secara simultan terhadap Perilaku Konsumsi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa **H1 diterima**. Penelitian ini sejalan Theory of Planned Behavior (TPB) dan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh [13], dalam penelitiannya menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumsi pada mahasiswa. Sehingga semakin tinggi kemampuan literasi keuangan mahasiswa maka perilaku konsumsi akan semakin menurun, sebaliknya jika literasi keuangan mahasiswa rendah maka Tingkat perilaku konsumsinya akan semakin meningkat. [15] dalam penelitiannya juga menyatakan bahwa pengaruh literasi keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi. Semakin tinggi literasi keuangan seseorang, maka perilaku konsumsi akan semakin rendah, sebaliknya jika literasi keuangan rendah maka perilaku konsumsi seseorang akan semakin tinggi. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh [16] yang menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumsi, Literasi keuangan yang tinggi akan menyebabkan perilaku konsumsi seseorang menjadi rendah atau sebaliknya, literasi keuangan yang rendah dapat menyebabkan keputusan yang tidak tepat dalam pengambilan keputusan pengeluaran.

Pengaruh Fitur Shopee Paylater Terhadap Perilaku Keuangan

Penelitian ini menemukan bahwa nilai t hitung secara simultan variabel fasilitas yaitu 2.678 lebih besar dari 1.972, kurang dari 0,05 (0.008 < 0.05) dan koefisien regresi bernilai positif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Fitur Shopee Paylater berpengaruh positif signifikan secara simultan terhadap Perilaku Konsumsi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa **H2 diterima**. Penelitian ini sejalan dengan Theory of Planned Behavior (TPB) dan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh [17] dalam penelitiannya menyatakan bahwa

fitur shopee paylater berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Fitur paylater menyebabkan mahasiswa untuk berbelanja semakin banyak, kemudahan yang membayar di waktu yang akan datang menjadi alternatif bagi mahasiswa dalam memperoleh produk yang diinginkan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh [18] menyatakan bahwa penggunaan shopee paylater berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh [19] menyatakan bahwa fitur shopee paylater memberikan dampak positif terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Transaksi konsumsi disebabkan karena terdapat pembelian yang dilakukan tanpa adanya pertimbangan, kemudahan dan manfaat yang dapat dirasakan memicu sikap boros mahasiswa.

6. Kesimpulan

Penelitian ini memberikan hasil bahwa, terdapat pengaruh positif secara simultan dan signifikan antara Literasi Keuangan dan Fitur Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumsi. Berdasarkan uji R-squared menyatakan bahwa variabel Literasi Keuangan dan Fitur Shopee Paylater memberikan kontribusi sebesar 22,5 % terhadap variabel Perilaku Konsumsi berdasarkan koefisien determinasi atau nilai R-squared, sedangkan faktor lain yg tidak tercakup pada penelitian ini menyampaikan kontribusi sebesar 77,5 %. Sehingga untuk penelitian selanjutnya diharapkan menambahkan variabel moderasi atau mediasi serta variabel lain diluar penelitian ini, seperti hedonisme, *strategic management*, lingkungan keluarga, teman sebaya dan lain sebagainya.

Kontribusi Penulis : Penelitian ini secara keseluruhan dirancang dan ditulis, mulai dari pendahuluan hingga kesimpulan oleh: Amalfi Marsha Putri. Namun kelancaran dalam penulisan artikel ini tidak terlepas dari saran yang baik, arahan penulisan dan sistematika penulisan yang dibantu arahan oleh: Suratno selaku dosen pembimbing penulis.

Konflik Kepentingan : Penulis menyatakan bahwa tidak terdapat konflik kepentingan. Pemberi dana tidak memiliki peran dalam desain penelitian; pengumpulan, analisis, atau interpretasi data; penulisan manuskrip; atau keputusan untuk menerbitkan hasil. Peneliti telah mengidentifikasi dan menyatakan setiap perilaku dapat mempengaruhi hasil dalam penelitian yang seharusnya tidak semestinya. Oleh karena itu peneliti telah memastikan tidak ada kepentingan yang mempengaruhi integritas penelitian ini.

Daftar Pustaka

- [1] A. Lusardi, Michaud, and Mitchell, "Optimal Financial Knowledge and Wealth Inequality.," *J. Polit. Econ.*, vol. 125, no. 2, pp. 431–477, 2017.
- [2] A. Klapper, L., Lusardi and P. Van Oudheusden, "Financial Literacy around the World," *Washington. DC Stand. Poor's Ratings Serv. Glob. Financ. Lit. Surv.*, 2015.
- [3] P. M. Wening and A. Nurkin, "Penggunaan Media Sosial Memediasi Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumsi," *Bus. Account. Educ. J.*, vol. 3, no. 3, pp. 330–346, 2022, doi: 10.15294/baej.v3i3.53192.
- [4] Sumartono, *Terperangkap dalam Iklan*. Bandung: CV Alfabeta, 2002.
- [5] W. Lailatul Isna, L. N. Sholihah, and S. M. Kristina, "Dampak Fitur 'Shopeepay' Dalam Meningkatkan Pola Hidup Konsumsi Masyarakat," *Pros. Semin. Nas.*, pp. 144–157, 2023.
- [6] L. N. E. Sari and M. Anasrulloh, "Pengaruh Media Sosial Instagram Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Di Universitas Bhinneka PGRI," *J. Econ.*, vol. 2, no. 7, pp. 1639–1652, 2023, doi: 10.55681/economina.v2i7.660.
- [7] M. REZKY and A. I. KAFABIH, "PENGARUH PROMOSI TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF DENGAN KONTROL DIRI, TAQWA, DAN SEDEKAH SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Pada Mahasiswa Muslim di Kota Semarang)," 2024.
- [8] I. Ajzen, "The theory planned behavior," *Organ. Behav. Hum. Decis. Process.*, vol. 50, pp. 179–211, 1991.
- [9] Y. S. S. Taqwa and I. Mukhlis, "Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Pada Generasi Z," *E-Jurnal Ekon. dan Bisnis Univ. Udayana*, vol. 11, no. 07, p. 831, 2022, doi: 10.24843/eeb.2022.v11.i07.p08.
- [10] P. Kotler and K. L. Keller, *Manajemen Pemasaran. Edisi Ke 1*. Jakarta: Erlangga, 2012.
- [11] J. S. Hastings, B. C. Madrian, and W. L. Skimmyhorn, "Financial literacy, financial education, and economic outcomes," *Rev. Econ.*, vol. 5, no. 1, pp. 347–373, 2013.

- [12] D. Aristei and M. Gallo, "Financial literacy, robo-advising, and the demand for human financial advice: Evidence from Italy," *arXiv Prepr. arXiv*, p. 2505.20527, 2025.
- [13] M. M. Sari, T. A. Nengsih, and A. Syahrizal, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah Angkatan 2018-2019," *J. Creat. Student Res.*, vol. 1, no. 2, pp. 137–151, 2023.
- [14] A. S. A. Tibrisi, M. Hasan, M. Dinar, and M. I. S. Ahmad, "The effect of the intensity of accessing instagram and financial literacy on the consumptive behavior: a research study," *Int. J. Arts Soc. Sci.*, vol. 3, no. 5, pp. 26–31, 2020.
- [15] R. Wahyuni, H. Irfani, and I. A. Syahrina, "Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumsi Berbelanja Online Pada," *J. Benefita*, vol. 4, no. 3, pp. 548–559, 2019, [Online]. Available: <https://core.ac.uk/download/pdf/296591597.pdf>
- [16] R. Wahyuni, H. Irfani, and I. A. Syahrina, "Terhadap Perilaku Konsumsi Berbelanja Online Pada Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang," *J. Benefita*, vol. 4, no. 3, pp. 548–559, 2019.
- [17] D. Leonita and S. Wulandari, "Pengaruh Fitur Shopee Paylater, Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Berbelanja Online Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Progam Studi Manajemen Angkatan 2020)," *J. Manaj. Terap. dan Keuang.*, vol. 13, no. 02, pp. 554–566, 2024, doi: 10.22437/jmk.v13i02.33657.
- [18] S. AFTIKA, H. HANIF, and Y. DEVI, "Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopeepaylater 'Bayar Nanti' Terhadap Perilaku Konsumsi 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.
- [19] Z. Zuliyansah, P. Yuspira, and S. G. Pane, "Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa," *MOTEKAR J. Multidisiplin Teknol. dan Arsit.*, vol. 2, no. 1, pp. 31–43, 2024, doi: 10.57235/motekar.v2i1.2115.
- [20] S. Kwan Soo Shin, F. E. Amenuvor, R. Basilisco, and K. Owusu-Antwi, "Brand Trust and Brand Loyalty: A Moderation and Mediation Perspective," *Curr. J. Appl. Sci. Technol.*, pp. 1–17.
- [21] A. Damayanti, R. Arifin, and Rahmawati, "Pengaruh sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku terhadap niat beli online menggunakan shopee paylater (studi kasus mahasiswa di kota malang)," *e-Jurnal Ris. Manaj.*, vol. 12, no. 01, pp. 510–518, 2023, [Online]. Available: <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/20302/15101#>