



Pengaruh Kemudahan Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif dengan Lifestyle sebagai Pemoderasi

The Effect of Ease of Use of Paylater on Consumptive Behavior with Lifestyle as a Moderator

Maharani Dwi Astuti^{1*}); Mursida Kusuma Wardani²

Info:

Received:
09 Jun 2024
Review:
17 Jul 2024
Accepted:
30 Oct 2024
Online:
15 Nov 2024

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan paylater terhadap perilaku konsumtif generasi milenial, serta untuk mengetahui apakah lifestyle dapat memperkuat hubungan kemudahan penggunaan paylater terhadap perilaku konsumtif generasi milenial. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu non-probability sampling dengan teknik purposive sampling. Jenis data yang digunakan yaitu data primer yang diuji menggunakan software Smart PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan paylater berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi milenial. Sedangkan variabel lifestyle tidak memperkuat hubungan antara kemudahan penggunaan paylater terhadap perilaku konsumtif generasi milenial.

Kata Kunci: Kemudahan Penggunaan, Perilaku Konsumtif, Lifestyle

Abstract

This research aims to determine the effect of ease of use of Paylater on the consumptive behavior of the millennial generation, as well as to find out whether lifestyle can strengthen the relationship between ease of use of Paylater and the consumptive behavior of the millennial generation. This research uses quantitative methods. The sampling method used in this research is non-probability sampling with purposive sampling technique. The type of data used is primary data which was tested using SmartPLS software. The research results show that the ease of using PayLater influences the consumer behavior of the millennial generation. Meanwhile, lifestyle variables do not strengthen the relationship between ease of use of PayLater and the consumption behavior of the millennial generation.

Keywords: Ease of Use, Consumptive Behavior, Lifestyle

JEL Codes: -

How to cite:

“Astuti, M.D.; & Wardani, M.K. (2024) Pengaruh Kemudahan Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif dengan Lifestyle sebagai Pemoderasi: *Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, 4 (2), 147 - 154, <https://doi.org/10.37366/master.v4i2.1481>”

Pendahuluan

Kehidupan manusia menjadi lebih mudah dan praktis berkat kemajuan teknologi yang cepat. Teknologi telah membawa perubahan besar dalam dunia perdagangan dan perbelanjaan dalam beberapa dekade terakhir. Salah satu perubahan paling signifikan adalah

¹ “Prodi Magister Manajemen Universitas Pelita Bangsa”; maharanidwiastuti205@gmail.com

² “Prodi Manajemen Universitas IPWIJA”; idha_mkw@yahoo.com

*) Correspondence

lahirnya e-commerce. Munculnya e-commerce memanfaatkan kemajuan teknologi dalam sistem transaksi. Salah satu sistem transaksi yang sedang populer di kalangan masyarakat saat ini yaitu fitur paylater. Paylater adalah jenis pembiayaan jangka pendek yang memungkinkan pelanggan melakukan pembelian dan membayarnya di kemudian hari (Nur Ani et al., 2023). Berdasarkan laporan Populix yang berjudul *Unveiling Indonesia's Financial Evolution: Fintech Lending & Paylater Adoption*, layanan paylater yang memiliki *brand awareness* tertinggi adalah Shopee paylater (Muhamad, 2023). Selain paling populer, Shopee paylater juga paling banyak digunakan. Dari 45% responden yang mengaku pernah menggunakan paylater, 77% diantaranya menjawab pernah menikmati layanan Shopee paylater.

PT. Pefindo Biro Kredit (IDScore) mencatat bahwa 6,99 juta debitur rata-rata per bulan menggunakan layanan paylater, dengan mayoritas pengguna adalah generasi milenial (Untari, 2024). Metode pembayaran paylater ini memudahkan konsumen dalam melakukan transaksi secara online, karena dapat memberikan kemudahan dalam melakukan pembelian. Namun, penggunaan fitur paylater ini juga dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif seseorang khususnya generasi milenial. Perilaku konsumtif adalah perilaku atau gaya hidup individu yang senang membelanjakan uangnya tanpa pertimbangan yang matang (Sari et al., 2023). Kemudahan dalam melakukan transaksi melalui fitur paylater ini mendorong generasi milenial terjerumus dalam perilaku konsumtif karena hanya dengan sentuhan layar mereka dapat membeli barang yang mereka inginkan tanpa terlalu dibutuhkan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Julita et al., 2022) bahwa Shopee paylater berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Namun berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rahima & Cahyadi, 2022) bahwa tidak ada hubungan antara pengaruh penggunaan fitur Shopee paylater terhadap perilaku konsumtif.

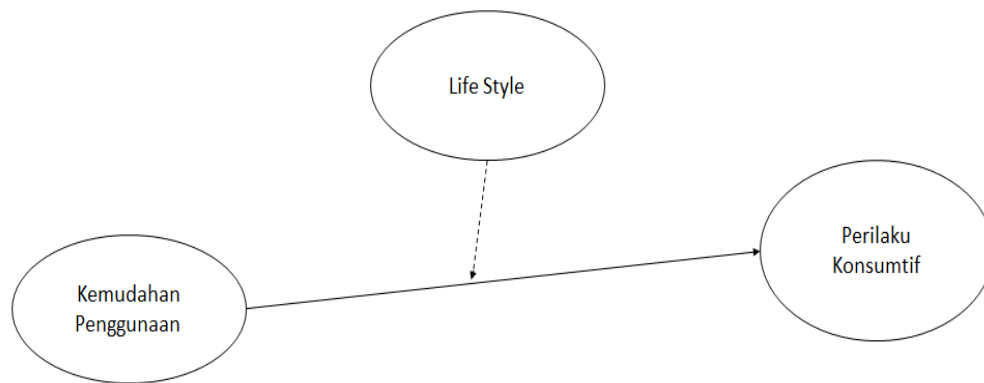
Pada generasi milenial, perilaku konsumtif dalam menggunakan shopee paylater dapat diamati melalui kebiasaan-kebiasaan pola konsumsi untuk memenuhi gaya hidup. Fenomena perilaku konsumtif ini tentunya akan terus berkembang, dikarenakan adanya faktor yang dapat menyebabkan munculnya perilaku konsumtif, salah satunya adalah lifestyle atau gaya hidup (Mustomi & Puspasari, 2020). Lifestyle merupakan gambaran tingkah laku dan pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya (Rahima & Cahyadi, 2022). Perubahan gaya hidup yang dialami oleh masyarakat, terutama generasi milenial, berdampak pada perilaku konsumtif mereka dalam berbelanja online. Salah satu contoh perubahan gaya hidup ini adalah banyaknya orang yang membeli barang hanya untuk memenuhi keinginan mereka daripada karena kebutuhan mereka. Sehingga berdampak pada perilaku masyarakat, khususnya perilaku konsumtif dalam berbelanja online. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rahmawati & Mirati, 2022) menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee paylater dengan arah hubungan positif. Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan, fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penggunaan paylater terhadap perilaku konsumtif dengan lifestyle sebagai variabel moderasi.

Metodologi

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Populasi pada penelitian ini merupakan seluruh generasi milenial yang ada di Kabupaten Bekasi. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu non-probability sampling dengan teknik purposive sampling. Kriteria sampel yang dipilih adalah generasi milenial dengan rentang usia 24-39 tahun yang merupakan pengguna Shopee paylater dan berdomisili di Kabupaten Bekasi. Karena populasi generasi milenial di Kabupaten Bekasi tidak diketahui jumlahnya, maka penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus lemeshow dengan tingkat kepercayaan 95% dan tingkat ketelitian 10%. Sehingga sampel dalam penelitian ini yaitu 100 responden. Jenis data yang digunakan yaitu data primer, dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarikan melalui google form kepada responden yang merupakan generasi milenial di Kabupaten Bekasi. Untuk melakukan analisis data, metode yang digunakan yaitu analisis kuantitatif dengan alat analisis Partial Least Square (PLS) dimana pengolahannya menggunakan software Smart PLS 4.0.

Tabel 1. Variabel dan Indikator

Variabel/ Konsep	Indikator	Skala
Kemudahan Penggunaan (Rahima & Cahyadi, 2022)	- Lama penggunaan	Interval 1-5
	- Intensitas	
	- Durasi	
	- Kemudahan pengoperasian	
	- Kepuasan dengan produk	
Perilaku Konsumtif (Julita et al., 2022)	- Desain	Interval 1-5
	- Membeli produk karena iming-iming hadiah	
	- Membeli produk karena kemasannya menarik	
	- Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi	
	- Membeli produk atas pertimbangan harga	
	- Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status	
	- Memakai produk karena konformitas terhadap model yang mengiklankan	
Life Style (Haryana, 2020)	- Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi	Interval 1-5
	- Mencoba lebih dari dua produk sejenis	
	- Kepercayaan diri	
	- Koleksi	
	- Status sosial	
	- Hobi	



Gambar 1. Model Penelitian

Hasil

Responden

Usia responden antara 24 tahun sampai dengan 39 tahun. Responden di dominasi oleh perempuan. Berikut data responden yang disajikan pada tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik Responden Penelitian

Karakteristik	Jumlah	Persen
Jenis Kelamin		
Perempuan	83	83%
Laki-laki	17	17%
Usia		
< 24 tahun	0	0
24 – 39 tahun	100	100%
> 39 tahun	0	0

Sumber: Data diolah, 2024

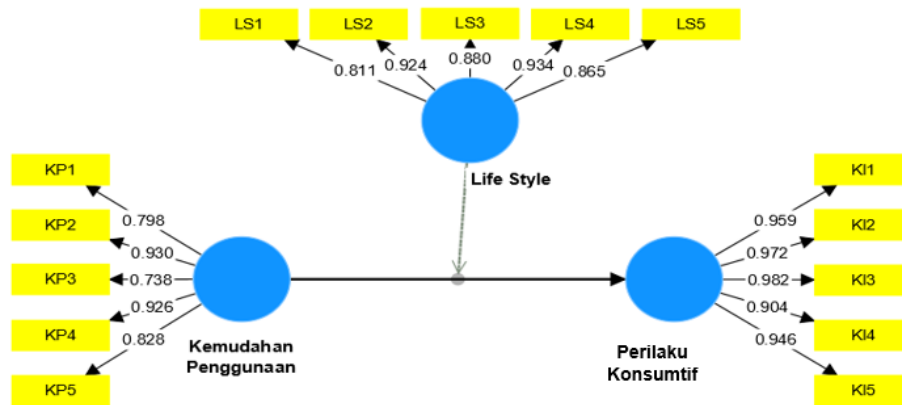
Outer Model

Uji outer model dilakukan untuk menguji instrumen yang dilakukan melalui dua tahap yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Validitas dilakukan secara konvergen dan diskriminan. Reliabilitas dilakukan dengan Cronbach's alpha, Composite reliability (rho_a), Composite reliability (rho_c), dan Composite reliability (rho_c). Hasil analisis disajikan dalam format gambar yaitu gambar 2, tabel 3 sampai dengan tabel 5.

Uji Validitas

Berdasarkan tabel 3, diketahui bahwa nilai outer loading masing-masing variabel laten terhadap indikator-indikatornya menunjukkan nilai di atas 0.5. Artinya semua variabel dinyatakan valid secara konvergen. Berdasarkan hasil uji validitas diskriminan menggunakan nilai fornell larcker criterion pada tabel 4, dapat dilihat bahwa nilai akar

kuadrat AVE setiap variabel > korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya. Artinya semua variabel dinyatakan valid secara diskriminan.



Gambar 2. Outer Model

Tabel 3. Outer Loadings

	Kemudahan Penggunaan	Keputusan Investasi	Lifestyle
KI1		0.959	
KI2		0.972	
KI3		0.982	
KI4		0.904	
KI5		0.946	
KP1	0.798		
KP2	0.930		
KP3	0.738		
KP4	0.926		
KP5	0.828		
LS1			0.811
LS2			0.924
LS3			0.880
LS4			0.934
LS5			0.865

Sumber: Data diolah, 2024

Tabel 4. Fornell-Larcker

	Kemudahan Penggunaan	Perilaku Konsumtif	Lifestyle
Kemudahan Penggunaan	0.847		
Perilaku Konsumtif	0.398	0.953	
Lifestyle	0.516	0.418	0.884

Sumber: Diolah, 2024

Uji Reliabilitas

Berdasarkan tabel 5, menunjukkan bahwa nilai cronbach’s alpha variabel kemudahan penggunaan (X) senilai 0.900, variabel perilaku konsumtif (Y) senilai 0.975 dan variabel Lifestyle senilai 0.930. Sedangkan nilai composite reliability variabel kemudahan penggunaan (X) senilai 0.927, variabel perilaku konsumtif (Y) senilai 0.980 dan variabel Lifestyle senilai 0.947. Artinya semua variabel dikatakan reliabel karena memiliki nilai cronbach’s alpha dan Composite Reliability > 0.70.

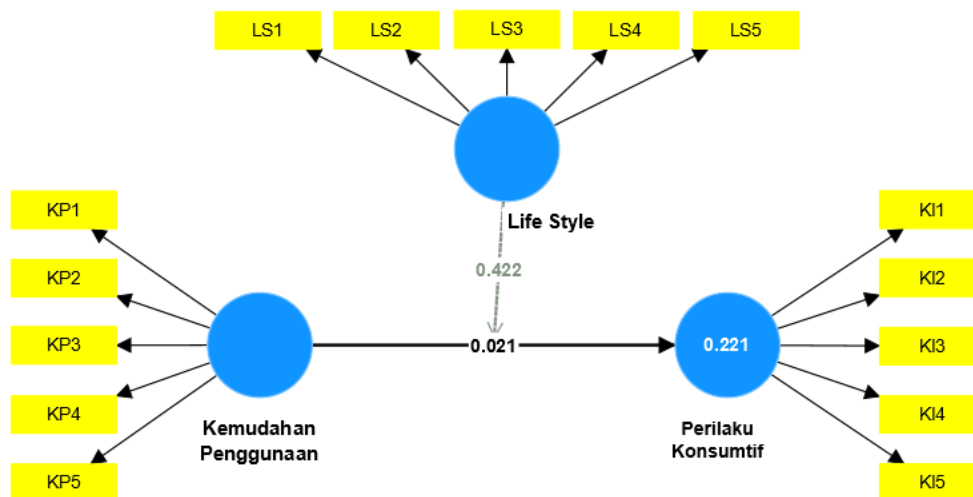
Tabel 5. Uji Reliabilitas

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Composite reliability (rho_c)
- Kemudahan Penggunaan	0.900	0.914	0.927	0.718
- Perilaku Konsumtif	0.975	0.977	0.980	0.908
- Lifestyle	0.930	0.943	0.947	0.782

Sumber: Diolah, 2024

Inner Model

Pengujian inner model digunakan untuk menguji kelayakan model dan uji hipotesis. Hasil analisis disajikan pada gambar 3, tabel 6 dan tabel 7. Nilai R Square (tabel 6) menunjukkan variabel perilaku konsumtif senilai 0.221. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan dan variabel lifestyle mampu menjelaskan variabel perilaku konsumtif sebesar 22.1%, maka dapat disimpulkan bahwa model dianggap lemah.



Gambar 3. Inner Model

Nilai p value variabel kemudahan penggunaan (X) terhadap perilaku konsumtif (Y) sebesar $0.021 < 0.05$ dan nilai original sampelnya sebesar 0.244 (positif) yang berarti kemudahan penggunaan paylater berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial. Nilai p value variabel life style*kemudahan penggunaan terhadap perilaku konsumtif sebesar $0.422 > 0.05$ nilai original sampelnya sebesar -0.016

(negatif) yang berarti bahwa lifestyle tidak memoderasi pengaruh kemudahan paylater penggunaan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial.

Tabel 6. Koefisien Determinasi

	R-square	R-square adjusted
Keputusan Investasi	0.221	0.197

Sumber: Diolah, 2024

Tabel 7. Path Coefficients

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Kemudahan Penggunaan -> Perilaku Konsumtif	0.244	0.250	0.120	2.031	0.021
Lifestyle x Kemudahan Penggunaan -> Keputusan Investasi	-0.016	0.004	0.080	0.198	0.422

Sumber: Diolah, 2024

Pembahasan

Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap perilaku konsumtif

Nilai p value variabel kemudahan penggunaan (X) terhadap perilaku konsumtif (Y) sebesar $0.021 < 0.05$ dan nilai original sampelnya sebesar 0.244 (positif) yang berarti kemudahan penggunaan paylater berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial. Artinya semakin tinggi tingkat kemudahan penggunaan paylater maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif generasi milenial. Berdasarkan penelitian ini sebesar 83% responden atau sebanyak 83 orang responden berjenis kelamin perempuan. Sedangkan 17% atau sebanyak 17 orang responden berjenis kelamin laki-laki. Menurut hasil penelitian (Nisa dalam Sari et al., 2023) perempuan lebih sering berbelanja dibandingkan laki-laki. Dengan kemudahan penggunaan shopee paylater membuat responden lebih sering berbelanja, karena fitur paylater memungkinkan penggunaanya untuk membeli barang sekarang dan membayarnya di kemudian hari. Sehingga, menimbulkan perilaku konsumtif pada generasi milenial khususnya di Kabupaten Bekasi. Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Julita et al., 2022) yang menyatakan bahwa penggunaan Shopee paylater berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.

Lifestyle dalam memoderasi kemudahan penggunaan terhadap perilaku konsumtif

Nilai p value variabel life style*kemudahan penggunaan terhadap perilaku konsumtif sebesar $0.422 > 0.05$ nilai original sampelnya sebesar -0.016 (negatif) yang berarti bahwa lifestyle tidak memperkuat pengaruh kemudahan paylater penggunaan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial.

Kesimpulan

Sebagian besar generasi milenial sudah menggunakan shopee paylater. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan paylater berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi milenial. Lifestyle tidak memoderasi hubungan antara kemudahan penggunaan paylater terhadap perilaku konsumtif generasi milenial. Untuk itu diperlukan penelitian lanjutan yang lebih komprehensif.

Daftar Pustaka

- Haryana, R. D. T. (2020). Pengaruh Life Style , Self Control dan Financial Literacy terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melakukan Online Shopping. *Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 16(1), 29–36.
- Julita, E., B, I., & Yustati, H. (2022). Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(03), 2953–2957. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6775>
- Muhamad, N. (2023). 8 Layanan Paylater Terpopuler di Indonesia, Shopee Paylater Juara. *Databoks.Katadata.Co.Id*.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/25/8-layanan-paylater-terpopuler-di-indonesia-shopee-paylater-juara>
- Mustomi, D., & Puspasari, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *CERMIN: Jurnal Penelitian*, 4(1), 133–147.
https://doi.org/10.36841/cermin_unars.v4i1.496
- Nur Ani, H., Belinda, P., Mahmudah, A., Indira Fakultas Ekonomi dan Bisnis, I., Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Lamongan, I., Jl Ahmad Dahlan No, L. K., Lamongan, K., Lamongan, K., & Timur, J. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif dan Locus of Control Pada Penggunaan Shopee Paylater. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(2), 509–516.
<https://doi.org/10.47065/jtear.v4i2.1082>
- Rahima, P., & Cahyadi, I. (2022). Pengaruh Fitur Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram. *Target : Jurnal Manajemen Bisnis*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.30812/target.v4i1.2016>
- Rahmawati, G., & Mirati, E. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Pada Generasi Millennial. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(5), 2415–2430.
- Sari, E. A., Latifah, I., Ararizki, M. A., Jannah, M., & Hidayat, W. (2023). Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim. *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 1(1), 387–400.
<https://journal.csspublishing.com/index.php/ijm/article/view/144%0Ahttps://journal.csspublishing.com/index.php/ijm/article/download/144/93>
- Untari, P. H. (2024). Jumlah Pengguna Paylater Didominasi Generasi Milenial, Kedua Gen Z. *Finansial.Bisnis.Com*. <https://finansial.bisnis.com/read/20240307/563/1747389/jumlah-pengguna-paylater-didominasi-generasi-milenial-kedua-gen-z>