

## Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Konsumtif Terhadap Minat Penggunaan Shopee Paylater Pada Gen Z The Influence of Income and Consumptive Lifestyle on Interest in Using Shopee Paylater in Gen Z

Jalaludin<sup>1</sup>, Saepul Bahri<sup>2</sup>, Ajeng Kusumaningtias<sup>3</sup>

<sup>123</sup>Prodi Ekonomi Syariah, STIES Indonesia Purwakarta, Jalan Veteran No. 150  
Cisureuh Purwakarta, 41118, Indonesia

\*E-mail: [jalaludin@sties-purwakarta.ac.id](mailto:jalaludin@sties-purwakarta.ac.id)

Received: 15 September 2024 / Accepted: 24 Oktober 2024

### ABSTRAK

This study aims to analyze the partial and simultaneous effects of income and consumptive lifestyle on the interest in using Shopee PayLater among STIES Indonesia Purwakarta students of the 2021 cohort. The method used is descriptive quantitative with purposive sampling technique on 33 respondents from a total population of 107 students. The analysis results show that income has a positive and significant effect on the interest in using Shopee PayLater ( $t_{count} = 3.667$ ;  $sig = 0.001$ ;  $R^2 = 0.578$ ), as does a consumptive lifestyle ( $t_{count} = 9.736$ ;  $sig = 0.000$ ;  $R^2 = 0.754$ ). Simultaneously, both variables had an 80.4% influence on interest in using the service ( $F_{hitung} = 61.479$ ;  $sig = 0.000$ ;  $R^2 = 0.804$ ). These findings confirm that financial aspects and consumptive behavior are the main indicators of student preferences for paylater services. Practical implications include the need for behavior-based marketing strategies and the strengthening of digital financial literacy in higher education environments.

**Kata kunci:** *Income, Student Income, Consumer Lifestyle, Interest in Using Shopee PayLater, Gen Z Students*

### ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pendapatan dan gaya hidup konsumtif terhadap minat penggunaan Shopee PayLater secara parsial dan simultan pada mahasiswa STIES Indonesia Purwakarta angkatan 2021. Metode yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan teknik purposive sampling terhadap 33 responden dari total populasi 107 mahasiswa. Hasil analisis menunjukkan bahwa pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Shopee PayLater ( $t_{hitung} = 3,667$ ;  $sig = 0,001$ ;  $R^2 = 0,578$ ), begitu pula gaya hidup konsumtif ( $t_{hitung} = 9,736$ ;  $sig = 0,000$ ;  $R^2 = 0,754$ ). Secara simultan, kedua variabel memberikan pengaruh sebesar 80,4% terhadap minat penggunaan ( $F_{hitung} = 61,479$ ;  $sig = 0,000$ ;  $R^2 = 0,804$ ). Temuan ini menegaskan bahwa aspek finansial dan perilaku konsumtif menjadi indikator utama dalam preferensi mahasiswa terhadap layanan paylater. Implikasi praktis mencakup perlunya strategi pemasaran berbasis segmentasi perilaku serta penguatan literasi keuangan digital di lingkungan pendidikan tinggi.

**Keywords:** *Pendapatan, Pendapatan Mahasiswa, Gaya Hidup Konsumtif, Minat Penggunaan Shopee PayLater, Mahasiswa Gen Z*

### How to Cite

Jalaludin, J., Bahri, S., & Kusumaningtias, A. (2025). *The Influence of Income and Consumptive Lifestyle on Interest in Using Shopee Paylater in Gen Z*. Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis, 8(2). <https://doi.org/10.31949/maro.v8i2.16185>

## 1. Introduction

Perkembangan teknologi digital dalam satu dekade terakhir telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang keuangan. Inovasi di sektor finansial berbasis teknologi, atau yang dikenal dengan financial technology (*fintech*), memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam mengakses layanan keuangan. Salah satu inovasi yang saat ini banyak diminati adalah layanan *PayLater* pada platform e-commerce. Fitur ini memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian barang maupun jasa dengan sistem pembayaran di kemudian hari (Sitepu & Fadila, 2024).

Shopee, sebagai salah satu e-commerce terbesar di Indonesia, meluncurkan fitur Shopee *PayLater* yang semakin populer di kalangan generasi muda, terutama generasi Z (Gen Z). Gen Z dikenal sangat adaptif terhadap perkembangan teknologi dan cenderung memiliki gaya hidup konsumtif. Kemudahan akses layanan digital mendorong mereka untuk melakukan transaksi secara praktis, termasuk menggunakan fasilitas kredit instan seperti Shopee *PayLater* (Zahara et al., 2023). Di satu sisi, layanan ini dapat membantu mahasiswa maupun konsumen muda memenuhi kebutuhan ketika pendapatan terbatas. Namun di sisi lain, kemudahan tersebut berpotensi menimbulkan permasalahan, seperti meningkatnya perilaku konsumtif, kurangnya perencanaan keuangan, keterlambatan pembayaran, bahkan risiko terjebak dalam beban utang (Rosyada, 2024). Kondisi ini menjadi relevan untuk dikaji, khususnya di kalangan mahasiswa yang masih berada pada tahap transisi menuju kemandirian finansial (Kusumawati Anggraeni et al., 2024).

Berdasarkan observasi awal, ditemukan beberapa indikasi terkait minat mahasiswa dalam menggunakan Shopee *PayLater*. Indikasi pertama ditemukan bahwa sebagian mahasiswa STIESIP enggan menggunakan Shopee *PayLater* karena menilai bunga cukup tinggi, khawatir terjebak utang, dan lebih nyaman melakukan pembayaran langsung tanpa beban kewajiban di kemudian hari. Hal ini menegaskan bahwa keputusan mereka bukan hanya dipengaruhi faktor ekonomi, tetapi juga pertimbangan psikologis dan prinsip pribadi. Temuan ini sejalan dengan penelitian Girsang dan Dewi (Girsang, Asrhy Grisara; Dewi, 2025) yang menyebutkan bahwa meskipun Shopee *PayLater* memudahkan transaksi, ketidakterkendalian penggunaannya justru mendorong perilaku konsumtif yang bagi sebagian individu dianggap berisiko.

Indikasi kedua yang ditemukan adalah sebagian mahasiswa STIESIP cenderung memilih metode pembayaran lain seperti transfer bank, dompet digital (DANA, OVO, GoPay), maupun tunai karena dianggap lebih aman, praktis, dan sesuai dengan kondisi finansial mereka. Pilihan ini sejalan dengan temuan Sheila et al. yang menjelaskan bahwa kecukupan dana mendorong mahasiswa memilih e-money atau tunai untuk menghindari bunga dan denda. Hal tersebut juga diperkuat oleh Mulyono dan Ardiansyah (Mulyono, A. R.; Ardiansyah, 2023) yang menyatakan bahwa meskipun Shopee *PayLater* menawarkan kemudahan, mahasiswa lebih tertarik pada dompet digital karena praktis, instan, dan tidak menimbulkan kekhawatiran jangka panjang terkait utang.

Indikasi ketiga yang ditemukan adalah adanya persepsi negatif mahasiswa terhadap Shopee *PayLater*, di mana sebagian besar menilai fitur ini mendorong perilaku konsumtif berlebihan. Pandangan ini sejalan dengan penelitian Zahara et al. (Zahara et al., 2023) yang menunjukkan bahwa Shopee *PayLater* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 51,8%. Persepsi risiko ini turut memengaruhi keputusan mereka, sebab mahasiswa yang sejak awal menganggap layanan tersebut berdampak buruk pada pola konsumsi cenderung menghindari penggunaannya. Hal ini diperkuat oleh Harahap dan Wahyuni (Harahap & Wahyuni, 2024) yang menyatakan bahwa semakin tinggi persepsi risiko, maka semakin rendah intensi mahasiswa untuk menggunakan Shopee *PayLater*.

Indikasi keempat menunjukkan bahwa sebagian mahasiswa menilai penggunaan Shopee *PayLater* mengandung risiko finansial cukup besar, seperti akumulasi utang, denda keterlambatan, hingga kemungkinan gagal bayar, terutama bagi yang belum terbiasa mengelola keuangan secara

mandiri. Kekhawatiran ini membuat mereka lebih memilih metode pembayaran lain yang dianggap lebih aman. Temuan ini sejalan dengan penelitian Zita Nelvina dan Argo Putra Prima (Nelvina & Prima, 2025) yang membuktikan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif signifikan terhadap minat penggunaan Shopee *PayLater*. Hasil serupa juga disampaikan oleh Sholehah dan Amaniyah (Sholehah, N.; Amaniyah, 2023) yang menegaskan bahwa mahasiswa cenderung menolak *PayLater* ketika menilainya berpotensi menimbulkan utang tak terkendali.

Sejumlah penelitian terdahulu mendukung temuan tersebut. Muhammad Mizanulhaq (Mizanulhaq, 2024), Fatichatur Rizqiyah, dan Reviandani (Rizqiyah & Reviandani, 2025) menunjukkan bahwa gaya hidup konsumtif berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan layanan keuangan digital. Hasil penelitian tersebut menegaskan bahwa perilaku konsumtif menjadi salah satu faktor utama yang mendorong penggunaan layanan berbasis kredit digital (Mizanulhaq, 2024). Sementara itu, Amanda Rachmawati (Rachmawati, 2024) menemukan bahwa tingkat pendapatan berhubungan erat dengan kecenderungan mahasiswa dalam menggunakan layanan *PayLater*, di mana semakin tinggi pendapatan, semakin besar pula kemungkinan mereka memanfaatkan fasilitas tersebut. Temuan dari penelitian terdahulu ini memperlihatkan bahwa baik pendapatan maupun gaya hidup konsumtif merupakan faktor penting dalam menentukan minat penggunaan Shopee *PayLater*.

Walaupun penelitian terdahulu telah memberikan gambaran yang cukup komprehensif, masih terdapat research gap yang perlu diteliti lebih lanjut. Sebagian besar penelitian sebelumnya hanya menyoroti salah satu variabel, misalnya pendapatan saja atau gaya hidup konsumtif saja, sehingga belum banyak kajian yang meneliti pengaruh keduanya secara simultan terhadap minat penggunaan Shopee *PayLater*. Selain itu, masih jarang penelitian yang dilakukan di lingkungan mahasiswa STIES Indonesia Purwakarta, padahal mahasiswa merupakan kelompok Gen Z yang rentan terpengaruh oleh tren konsumsi digital dan layanan kredit berbasis teknologi.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menjadi penting dilakukan untuk memberikan pemahaman lebih dalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan Shopee *PayLater*. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh pendapatan dan gaya hidup konsumtif terhadap minat penggunaan Shopee *PayLater* pada mahasiswa STIES Indonesia Purwakarta angkatan 2021 baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan literasi keuangan digital, memberikan gambaran empiris bagi pengelola pendidikan tinggi mengenai perilaku keuangan mahasiswa, serta bermanfaat secara praktis bagi mahasiswa agar lebih bijak dalam memanfaatkan layanan keuangan berbasis kredit.

## **2. Literature review-(Calibri, 11pt, Bold, dengan halaman judul)**

### **A. Pendapatan**

Pendapatan merupakan seluruh penerimaan, baik dalam bentuk tunai maupun non-tunai, yang diperoleh dari hasil penjualan barang atau jasa dalam jangka waktu tertentu (Jalaludin et al., 2023). Pendapatan dapat berasal dari aktivitas langsung seperti bekerja atau berdagang, maupun aktivitas tidak langsung seperti investasi atau transfer social (Ramadhan et al., 2023).

Pendapatan berperan penting dalam menentukan pola konsumsi. Seseorang dengan pendapatan tinggi akan memiliki daya beli lebih besar dibandingkan mereka yang berpendapatan rendah. Hal ini sejalan dengan teori perilaku konsumen Kotler yang menegaskan bahwa pendapatan adalah salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan konsumsi (Kotler, 2018).

Indikator Pendapatan menurut Bramastuti dalam penelitian Zulnanda & Muslim (Zulnanda & Muslim, 2023) adalah:

1. Pendapatan yang diterima per bulan.
2. Sumber pendapatan.
3. Kemampuan meningkatkan taraf hidup.

4. Jumlah beban keluarga yang ditanggung.

#### **B. Gaya Hidup Konsumtif**

Gaya hidup konsumtif merupakan pola perilaku seseorang yang cenderung membeli barang atau jasa secara berlebihan, bukan karena kebutuhan mendesak, melainkan dorongan emosional, tren, dan pengaruh promosi pasar (Irdiana, 2023).

Kondisi ini sesuai dengan Hedonic Consumption Theory yang menjelaskan bahwa konsumen terdorong berbelanja bukan hanya karena manfaat fungsional, tetapi juga untuk mencari kesenangan dan kepuasan emosional (Batra, Rajeev; Ahtola, 1991). Pada generasi muda, konsumsi sering dijadikan sarana ekspresi diri, status sosial, hingga mengikuti gaya hidup figur publik di media social (Martini & others, 2022).

Indikator Gaya Hidup Konsumtif menurut Yunita & Artanti dalam penelitian Martini (Martini & others, 2022):

1. Aktivitas (*activity*): bekerja, hobi, liburan, olahraga.
2. Ketertarikan (*interest*): pekerjaan, komunitas, rekreasi.
3. Pendapat (*opinion*): tentang diri sendiri, isu sosial, dan budaya.

#### **C. Minat Penggunaan**

Minat penggunaan (*behavioral intention*) adalah dorongan psikologis seseorang untuk menggunakan suatu produk atau layanan tertentu (Rohmat et al., 2023). Menurut *Theory of Planned Behavior Ajzen*, niat merupakan faktor utama yang mendorong tindakan, terbentuk dari sikap positif, pengaruh sosial, serta persepsi kontrol perilaku (Ajzen, 1991).

Dalam konteks layanan Shopee PayLater, minat penggunaan muncul ketika mahasiswa merasa layanan ini memberikan kemudahan, mendapat dukungan lingkungan sosial, serta merasa mampu mengelola risikonya (Zulfikal et al., 2024). Minat penggunaan juga erat kaitannya dengan perilaku konsumtif yang didorong oleh fasilitas pembayaran cicilan digital (Pahmi, 2024).

Indikator Minat Penggunaan menurut Pahmi (Pahmi, 2024):

1. Minat Transaksional: dorongan untuk melakukan transaksi atau penggunaan.
2. Minat Referensial: keinginan merekomendasikan produk/layanan kepada orang lain.
3. Minat Eksploratif: usaha mencari informasi lebih lanjut mengenai layanan.

### **3. Method**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian lapangan berupa studi kasus. Metode kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh pendapatan dan gaya hidup konsumtif terhadap minat penggunaan Shopee PayLater. Dalam penelitian ini digunakan empat teknik pengumpulan data. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung fenomena penggunaan Shopee PayLater di kalangan mahasiswa STIESIP angkatan 2021. Wawancara dilakukan kepada beberapa mahasiswa sebagai data pendukung untuk mengetahui alasan mereka enggan menggunakan layanan tersebut. Kuesioner disusun dengan skala likert dan disebarakan kepada responden terpilih untuk mengukur variabel pendapatan, gaya hidup konsumtif, serta minat penggunaan Shopee PayLater. Selanjutnya, dokumentasi digunakan untuk menghimpun data sekunder berupa arsip, data jumlah mahasiswa, struktur organisasi, serta foto kegiatan penelitian yang relevan.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa STIES Indonesia Purwakarta (STIESIP) angkatan 2021 yang berjumlah 107 orang. Populasi ini dipilih karena dianggap relevan dengan fokus penelitian, yakni generasi Z yang adaptif terhadap perkembangan teknologi digital dan potensial menggunakan layanan Shopee PayLater. Dari populasi tersebut, diambil sampel sebanyak 33 responden

dengan metode purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang ditetapkan peneliti agar sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif STIESIP yang belum menggunakan Shopee *PayLater* serta termasuk dalam kategori generasi Z (lahir antara tahun 1997–2012) dengan rentang usia 13 hingga 28 tahun.

Data yang diperoleh dalam penelitian ini dianalisis dengan pendekatan kuantitatif menggunakan bantuan program SPSS versi 26.0. Analisis dilakukan melalui beberapa tahap, dimulai dari uji instrumen penelitian yang meliputi uji validitas untuk mengetahui kelayakan butir pertanyaan kuesioner serta uji reliabilitas untuk mengukur konsistensi jawaban responden. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi guna memastikan data memenuhi persyaratan analisis regresi. Setelah itu, data dianalisis secara parsial maupun simultan. Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji T (parsial) dan uji F (simultan), sedangkan untuk mengetahui keeratan hubungan antar variabel serta besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen digunakan koefisien korelasi dan koefisien determinasi (R dan R<sup>2</sup>).

#### 4. Result

##### A. Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan ciri atau atribut khusus yang melekat pada individu dan membedakannya dari yang lain. Dalam penelitian, responden adalah pihak yang memberikan tanggapan melalui angket, wawancara, maupun observasi sehingga menjadi sumber utama data. Karakteristik ini meliputi aspek seperti jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, hingga status sosial ekonomi yang digunakan untuk memahami latar belakang responden serta memastikan keterwakilan data penelitian (Sugiyono, 2019). Karakteristik Responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### 1. Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin adalah perbedaan biologis yang membedakan manusia menjadi laki-laki dan perempuan berdasarkan struktur anatomi serta fungsi reproduksi. Dalam penelitian sosial, variabel ini sering digunakan untuk mengidentifikasi perbedaan sikap, persepsi, dan perilaku responden sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2019).

Tabel 4.1

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	12	36.4	36.4	36.4
	Perempuan	21	63.6	63.6	100.0
	Total	33	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah dari SPSS Versi 26

Berdasarkan Tabel 4.1, dari 33 responden penelitian terdapat 21 perempuan (63,6%) dan 12 laki-laki (36,4%), sehingga mayoritas responden adalah mahasiswa perempuan.

##### 2. Berdasarkan Usia

Usia adalah lamanya waktu hidup seseorang yang dihitung sejak dilahirkan hingga waktu tertentu, dan sering dijadikan indikator penting dalam penelitian karena berhubungan dengan tingkat kematangan, pengalaman, serta pola pikir individu (Sugiyono, 2019).

Tabel 4.2

Responden Berdasarkan Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	21	1	3.0	3.0	3.0
	22	14	42.4	42.4	45.5
	23	10	30.3	30.3	75.8
	24	6	18.2	18.2	93.9

	25	2	6.1	6.1	100.0
	Total	33	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah dari SPSS Versi 26

Berdasarkan Tabel 4.2, mayoritas responden berusia 22 tahun (14 orang/42,4%), diikuti usia 23 tahun (10 orang/30,3%), 24 tahun (6 orang/18,2%), 25 tahun (2 orang/6,1%), dan 21 tahun (1 orang/3,0%). Dengan demikian, sebagian besar responden berada pada usia produktif awal (Gen Z).

### 3. Berdasarkan Agama

Agama adalah sistem keyakinan yang mengatur hubungan manusia dengan Tuhan, sesama manusia, dan alam semesta, yang di dalamnya mencakup ajaran, nilai, norma, serta tata cara peribadatan yang menjadi pedoman hidup penganutnya (Koentjaraningrat, 2009).

Tabel 4.3

Responden Berdasarkan Agama

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Islam	33	100.0	100.0	100.0

Sumber : Data diolah dari SPSS Versi 26

Berdasarkan Tabel 4.3, seluruh responden (33 orang) beragama Islam, sehingga latar belakang keagamaan responden bersifat homogen.

### 4. Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan adalah aktivitas yang dilakukan seseorang untuk memperoleh penghasilan, baik berupa barang maupun jasa, yang hasilnya digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup (Soerjono Soekanto, 2012).

Tabel 4.4

Responden Berdasarkan Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Belum Bekerja	2	6.1	6.1	6.1
	Mahasiswa	4	12.1	12.1	18.2
	Karyawan Swasta	20	60.6	60.6	78.8
	Wirausahawan	3	9.1	9.1	87.9
	Magang	2	6.1	6.1	93.9
	PNS/P3K/ASN	1	3.0	3.0	97.0
	Guru LTQ	1	3.0	3.0	100.0
	Total	33	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah dari SPSS Versi 26

Berdasarkan Tabel 4.4, mayoritas responden bekerja sebagai karyawan swasta (20 orang/60,6%), diikuti mahasiswa (12,1%), wirausahawan (9,1%), peserta magang dan belum bekerja (masing-masing 6,1%), serta PNS/P3K/ASN dan guru LTQ (masing-masing 3,0%). Dengan demikian, sebagian besar responden berasal dari kalangan pekerja aktif.

### 5. Berdasarkan Jumlah Pendapatan

Pendapatan adalah seluruh penerimaan, baik dalam bentuk uang maupun barang, yang diperoleh seseorang dari hasil kerja, usaha, atau aktivitas ekonomi dalam periode tertentu, dan digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya (Sukirno, 2013).

Tabel 4.5

Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 1 Juta	5	15.2	15.2	15.2
	1,1 Juta - 2 Juta	22	66.7	66.7	81.8
	2,1 Juta - 4 Juta	5	15.2	15.2	97.0
	4,1 Juta - 6 Juta	1	3.0	3.0	100.0

	Total	33	100.0	100.0	
--	-------	----	-------	-------	--

Sumber : Data diolah dari SPSS Versi 26

Berdasarkan Tabel 4.5, mayoritas responden berpendapatan bulanan Rp 1,1–2 juta (22 orang/66,7%), diikuti kurang dari Rp 1 juta dan Rp 2,1–4 juta (masing-masing 5 orang/15,2%), serta Rp 4,1–6 juta (1 orang/3,0%). Dengan demikian, sebagian besar responden memiliki pendapatan terbatas pada kisaran Rp 1–2 juta.

## B. Hasil Uji Statistik

### 1. Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk menentukan seberapa cermat suatu alat melakukan fungsi ukurannya, sehingga memberikan keyakinan bahwa data yang terkumpul merupakan data yang dapat dipercaya. Dalam uji validitas ini dasar pengambilan keputusannya sebagai berikut:

- Jika nilai  $r_{hitung} > \text{nilai } r_{tabel}$ , maka angket tersebut dinyatakan valid.
- Jika nilai  $r_{hitung} < \text{nilai } r_{tabel}$ , maka angket tersebut dinyatakan tidak valid (Sugiono et al., 2020).

Tabel 4.6  
Hasil Uji Validitas Variabel Pendapatan ( $X_1$ )

Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X1.1	0,420	0,344	Valid
X1.2	0,726	0,344	Valid
X1.3	0,504	0,344	Valid
X1.4	0,270	0,344	Tidak Valid
X1.5	0,671	0,344	Valid
X1.6	0,141	0,344	Tidak Valid
X1.7	0,817	0,344	Valid
X1.8	0,834	0,344	Valid
X1.9	0,808	0,344	Valid
X1.10	0,363	0,344	Valid
X1.11	0,736	0,344	Valid
X1.12	0,561	0,344	Valid

Sumber : Data diolah dari SPSS Versi 26

Berdasarkan uji validitas terhadap 12 item pernyataan dengan 33 responden pada taraf signifikansi 5%, diperoleh  $r_{tabel}$  sebesar 0,344. Hasil menunjukkan bahwa item X1.4 ( $r_{hitung}$  0,270) dan X1.6 ( $r_{hitung}$  0,141)  $< 0,344$  sehingga dinyatakan tidak valid dan harus dianulir agar variabel pendapatan ( $X_1$ ) memenuhi syarat validitas.

Tabel 4.7  
Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup Konsumtif ( $X_2$ )

Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X2.1	0,601	0,344	Valid
X2.2	0,423	0,344	Valid
X2.3	0,574	0,344	Valid
X2.4	0,693	0,344	Valid
X2.5	0,871	0,344	Valid
X2.6	0,544	0,344	Valid
X2.7	0,851	0,344	Valid
X2.8	0,675	0,344	Valid

Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X2.9	0,731	0,344	Valid
X2.10	0,641	0,344	Valid
X2.11	0,682	0,344	Valid
X2.12	0,779	0,344	Valid
X2.13	0,799	0,344	Valid
X2.14	0,654	0,344	Valid
X2.15	0,762	0,344	Valid
X2.16	0,802	0,344	Valid

Sumber : Data diolah dari SPSS Versi 26

Berdasarkan hasil uji validitas dari 16 item soal pada angket yang diujikan pada 33 responden ternyata seluruh soal (16 soal) dinyatakan valid. Item soal dinyatakan valid dikarenakan memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,344) atau memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 atau 5%.

Tabel 4.8

Hasil Uji Validitas Variabel Minat Penggunaan (Y)

Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Y1	0,791	0,344	Valid
Y2	0,919	0,344	Valid
Y3	0,871	0,344	Valid
Y4	0,880	0,344	Valid
Y5	0,860	0,344	Valid
Y6	0,658	0,344	Valid
Y7	0,775	0,344	Valid
Y8	0,874	0,344	Valid
Y9	0,900	0,344	Valid
Y10	0,880	0,344	Valid

Sumber : Data diolah dari SPSS Versi 26

Berdasarkan hasil uji validitas dari 10 item soal pada angket yang diujikan pada 33 responden ternyata seluruh soal (10 soal) dinyatakan valid. Item soal dinyatakan valid dikarenakan memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,344) atau memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 atau 5%.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah instrumen atau alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini dapat digunakan secara berulang. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan uji analisis statistik reliabilitas dengan Cronbach Alpha. Jika nilai Cronbach Alpha  $> 0,6$  maka dapat dikatakan variabel tersebut reliabel (Sugiyono, 2021). Berikut ini hasil dari uji reliabilitas:

Tabel 4.9

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha		Keterangan
Pendapatan	0,830	0,60	Reliabel
Gaya Hidup Konsumtif	0,928	0,60	Reliabel
Minat Penggunaan	0,954	0,60	Reliabel

Sumber : Data diolah dari SPSS Versi 26

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* variabel pendapatan ( $X_1$ ) sebesar 0,830, variabel gaya hidup konsumtif ( $X_2$ ) sebesar 0,928 dan variabel minat penggunaan (Y) sebesar 0,954 menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut dapat dikatakan reliabel, hal ini karena nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60. Hal ini sesuai dengan pendapat Sugiyono—yang menyatakan bahwa suatu instrumen dikatakan reliabel apabila memiliki koefisien reliabilitas atau nilai *Cronbach Alpha*  $\geq 0,60$ , yang berarti instrument-instrument tersebut secara konsisten dapat digunakan untuk mengukur suatu variabel.

### 3. Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan uji yang dilakukan dengan tujuan menilai dalam sebuah model regresi, variabel independen, variabel dependen, atau keduanya menghasilkan distribusi normal atau tidak. Untuk mengetahui hasil data tersebut menggunakan uji statistik tes *Kolmogorov-Smirnov*. Sebuah data berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi  $> 0,05$ , sebaliknya sebuah data tidak berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi  $< 0,05$  (Sukestiyarno et al., 2017). Berikut hasil uji normalitas yang dilakukan dengan metode *Kolmogorov-Smirnov* sebagai berikut:

Tabel 4.10  
Hasil Uji Normalitas

Variabel	Nilai Asymp. Sig.		Keterangan
Pendapatan terhadap Minat Penggunaan	0,200	0,05	Normal
Gaya Hidup Konsumtif terhadap Minat Penggunaan	0,200	0,05	Normal
Pendapatan—dan Gaya Hidup Konsumtif Minat Penggunaan	0,200	0,05	Normal

Sumber : Data diolah dari SPSS Versi 26

Berdasarkan hasil pengolahan data uji normalitas, diperoleh nilai p-value (0,05) statistik uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dengan nilai Asymp. Sig. (2 tailed) sebesar 0,200 ( $> 0,05$ ). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel **berdistribusi normal**.

### 4. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan mendeteksi adanya kesalahan standar estimasi dalam model regresi. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Kriteria pengambilan keputusan adalah: jika nilai tolerance  $> 0,1$  atau VIF  $< 10$  maka tidak terjadi multikolinearitas, sedangkan jika tolerance  $< 0,1$  atau VIF  $> 10$  maka terjadi multikolinearitas (Gunawan, 2017). Adapun hasil perhitungan nilai VIF atau toleransi yang dilakukan untuk regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.11  
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Pendapatan	.527	1.898
Gaya Hidup Konsumtif	.527	1.898

a. Dependent Variable: Minat

Sumber : Data diolah dari SPSS Versi 26

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa variabel pendapatan ( $X_1$ ) memiliki nilai tolerance 0,527 ( $> 0,10$ ) dan VIF 1,898 ( $< 10$ ), demikian juga gaya hidup konsumtif ( $X_2$ ) dengan nilai tolerance 0,527 ( $> 0,10$ ) dan VIF 1,898 ( $< 10$ ). Dengan demikian, kedua variabel dinyatakan **bebas dari multikolinearitas**.

### 5. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varians residual antar observasi. Model regresi yang baik adalah yang bebas dari heteroskedastisitas. Kriteria pengambilan keputusan adalah jika nilai signifikansi korelasi rank spearman  $> 0,05$  maka tidak terjadi heteroskedastisitas, sedangkan jika  $< 0,05$  maka terjadi heteroskedastisitas (Andriani, 2017). Berikut hasil uji heteroskedastisitas.

Tabel 4.12

—Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.987	2.166		1.840	.076
	Pendapatan	-.096	.093	-.255	-1.033	.310
	Gaya Hidup Konsumtif	.047	.055	.211	.854	.400

a. Dependent Variable: RES2

Sumber : Data diolah dari SPSS Versi 26

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan nilai signifikansi pendapatan ( $X_1$ ) sebesar 0,310 dan gaya hidup konsumtif ( $X_2$ ) sebesar 0,400, keduanya lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, model regresi dinyatakan **bebas dari heteroskedastisitas**.

### 6. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara residual pada satu observasi dengan residual pada observasi lainnya, terutama pada data runtun waktu (time series). Metode yang digunakan untuk mendeteksi autokorelasi adalah uji Durbin-Watson. Uji Durbin-Watson memiliki ketentuan sebagai berikut:

- Jika  $d$  lebih kecil dari  $dL$ , atau lebih besar dari  $(4-dL)$  maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
- Jika  $d$  terletak antara  $dU$  dan  $(4-dU)$ , maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
- Jika  $d$  terletak antara  $dL$  dan  $dU$  atau diantara  $(4-dU)$  dan  $(4-dL)$ , maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti (Universitas Islam Riau, 2021).

Tabel 4.13

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.663 <sup>a</sup>	.440	.402	7.81712	1.662
a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup Konsumtif, Pendapatan					
b. Dependent Variable: Minat					

Sumber : Data diolah dari SPSS Versi 26

Berdasarkan hasil uji autokorelasi, diperoleh nilai Durbin-Watson (DW) sebesar 2,702. Dengan nilai pembanding  $dL = 1,322$  dan  $dU = 1,577$ , kriteria bebas autokorelasi adalah  $dU < DW < 4 - dU$  ( $1,577 < 1,662 < 2,423$ ). Dengan demikian dapat dikatakan **tidak terdapat autokorelasi**.

### 7. Uji T

Uji ini digunakan untuk melihat tingkat signifikan variabel independen mempengaruhi variabel dependen (secara parsial (sendiri)). Dengan pengambilan keputusan sebagai berikut:

- Jika nilai sig  $< 0,05$ , atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.
- Jika nilai sig  $> 0,05$ , atau  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y (Darma, 2021).

Tabel 4.14  
-Hasil Uji T Variabel  $X_1$  Terhadap Y

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	8.092	5.998		1.349	.187
	Pendapatan	.721	.197	.550	3.667	.001

a. Dependent Variable: Minat

Sumber : Data diolah dari SPSS Versi 26

Berdasarkan hasil uji t, diperoleh nilai signifikansi variabel pendapatan ( $X_1$ ) adalah sebesar  $0,001 < 0,05$  dan nilai thitung  $>$  ttabel yaitu  $3,667 > 2,042$ , maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel pendapatan ( $X_1$ ) secara parsial terhadap minat penggunaan Shopee *PayLater* (Y).

Tabel 4.15  
Hasil Uji T Variabel  $X_2$  Terhadap Y

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-2.360	3.380		-.698	.490
	Gaya Hidup Konsumtif	.673	.069	.868	9.736	.000

a. Dependent Variable: Minat

Sumber : Data diolah dari SPSS Versi 26

Berdasarkan hasil uji t, diperoleh nilai signifikansi variabel gaya hidup konsumtif ( $X_2$ ) adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai thitung  $>$  ttabel yaitu  $9,736 > 2,042$ , maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel gaya hidup konsumtif ( $X_2$ ) secara parsial terhadap minat penggunaan Shopee *PayLater* (Y).

## 8. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai Sig.F dengan  $\alpha = 0,05$  atau membandingkan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ . Jika  $Sig.F < 0,05$  atau  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Darma, 2021).

Tabel 4.16  
Hasil Uji F Simultan

ANOVA <sup>a</sup>						
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	2630.156	2	1315.078	61.479	.000 <sup>b</sup>
	Residual	641.723	30	21.391		
	Total	3271.879	32			

a. Dependent Variable: Minat  
b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup Konsumtif, Pendapatan

Sumber : Data diolah dari SPSS Versi 26

Hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan  $F_{hitung} 61,479 > F_{tabel} 3,305$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa pendapatan ( $X_1$ ) dan gaya hidup konsumtif ( $X_2$ ) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan Shopee *PayLater* pada mahasiswa Gen Z STIES Indonesia Purwakarta angkatan 2021.

## 9. Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi

Uji koefisien korelasi digunakan untuk mengukur keeratan dan arah hubungan antar variabel dengan nilai r antara -1 hingga +1 (Sugiyono, 2021). Sementara itu, uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) bertujuan mengetahui kemampuan model dalam menjelaskan pengaruh variabel independen, yaitu pendapatan ( $X_1$ ) dan gaya hidup konsumtif ( $X_2$ ), secara simultan terhadap variabel

dependen minat penggunaan (Y), yang ditunjukkan melalui nilai adjusted R-Squared (Sugiarti & Megawarni, 2012).

Tabel 4.17

Hasil Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi  $X_1$  Terhadap Y

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.760 <sup>a</sup>	.578	.564	6.67739
a. Predictors: (Constant), Pendapatan				

Sumber : Data diolah dari SPSS Versi 26

Hasil perhitungan regresi menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,760, yang termasuk kategori kuat (0,60–0,799), sehingga terdapat hubungan yang kuat antara pendapatan ( $X_1$ ) dan minat penggunaan Shopee PayLater (Y). Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,578 atau 57,8%, artinya pendapatan memberikan kontribusi sebesar 57,8% terhadap minat penggunaan Shopee PayLater.

Tabel 4. 18

Hasil Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi  $X_2$  Terhadap Y

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.868 <sup>a</sup>	.754	.746	5.10017
a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup Konsumtif				

Sumber : Data diolah dari SPSS Versi 26

Hasil regresi menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,868, termasuk kategori sangat kuat (0,80–1,000), sehingga terdapat hubungan yang sangat kuat antara gaya hidup konsumtif ( $X_2$ ) dan minat penggunaan Shopee PayLater (Y). Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,754 atau 75,4%, yang berarti gaya hidup konsumtif berpengaruh sebesar 75,4% terhadap minat penggunaan Shopee PayLater.

Tabel 4.19

Hasil Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi  $X_1$  dan  $X_2$  Terhadap Y

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.897 <sup>a</sup>	.804	.791	4.625
a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup Konsumtif, Pendapatan				

Sumber : Data diolah dari SPSS Versi 26

Hasil nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,897 menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat antara pendapatan ( $X_1$ ) dan gaya hidup konsumtif ( $X_2$ ) dengan minat penggunaan Shopee PayLater (Y). Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,804 atau 80,4%, artinya kedua variabel independen secara simultan mampu menjelaskan 80,4% variasi minat penggunaan, sedangkan sisanya 19,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

### C. Pembahasan Penelitian

#### 1. Pengaruh Pendapatan Terhadap Minat Penggunaan Shopee Paylater Pada Gen-Z (Mahasiswa STIESIP Angkatan 2021)

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan menggunakan software SPSS versi 26, diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sebesar 3,667 > 2,042 dan signifikansi 0,001 < 0,05, sehingga  $H_0$  diterima. Artinya, pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Shopee PayLater pada mahasiswa Gen Z

STIES Indonesia Purwakarta. Nilai R Square sebesar 0,578 menunjukkan bahwa pendapatan berkontribusi 57,8% terhadap minat penggunaan, sedangkan 42,2% sisanya dipengaruhi faktor lain di luar penelitian.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Fatichatur Rizqiyah dan Wasti Reviandani (Rizqiyah & Reviandani, 2025) yang menunjukkan pendapatan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan Shopee *PayLater*, meskipun dengan pengaruh lebih kecil (19,3%). Hal ini mengindikasikan bahwa mahasiswa dengan pendapatan rutin cenderung lebih percaya diri secara finansial dalam mengelola cicilan, sehingga semakin tinggi pendapatan, semakin besar minat memanfaatkan fitur Shopee *PayLater*.

## **2. Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Terhadap Minat Penggunaan Shopee Paylater Pada Gen-Z (Mahasiswa STIESIP Angkatan 2021)**

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan menggunakan software SPSS versi 26, diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sebesar  $9,736 > 2,042$  dan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sehingga  $H_a$  diterima. Artinya, gaya hidup konsumtif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Shopee *PayLater* pada mahasiswa Gen Z STIES Indonesia Purwakarta. Nilai R Square sebesar 0,754 menunjukkan kontribusi gaya hidup konsumtif sebesar 75,4%, sedangkan 24,6% sisanya dipengaruhi faktor lain di luar penelitian.

Hasil penelitian ini konsisten dengan temuan Muhammad Mizanulhaq (Mizanulhaq, 2024) yang menunjukkan bahwa gaya hidup konsumtif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *PayLater*, dengan kontribusi sebesar 27,9% ( $\beta = 0,279$ ; sig. 0,005). Hal ini menegaskan bahwa mahasiswa dengan gaya hidup konsumtif lebih terdorong memanfaatkan layanan cicilan seperti Shopee *PayLater* untuk menunjang kebutuhan konsumsi dan gaya hidup, sehingga semakin tinggi tingkat konsumtif mahasiswa, semakin besar pula minat mereka dalam menggunakan layanan tersebut.

## **3. Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Konsumtif Terhadap Minat Penggunaan Shopee Paylater Pada Gen-Z (Mahasiswa STIESIP Angkatan 2021)**

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan menggunakan software SPSS versi 26, diperoleh nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  sebesar  $61,479 > 3,305$  dan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , sehingga  $H_a$  diterima. Artinya, gaya hidup konsumtif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Shopee *PayLater* pada mahasiswa Gen Z STIES Indonesia Purwakarta. Nilai R Square sebesar 0,754 menunjukkan kontribusi gaya hidup konsumtif sebesar 75,4%, sedangkan 24,6% sisanya dipengaruhi faktor lain di luar penelitian.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Amanda Rachmawati (Rachmawati, 2024) yang menunjukkan bahwa pendapatan dan gaya hidup secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan *PayLater*. Dalam penelitiannya, gaya hidup konsumtif memberikan pengaruh dominan sebesar 58,2%, sedangkan pendapatan juga berpengaruh positif meskipun tidak dijelaskan terpisah dari literasi keuangan. Hal ini mengindikasikan bahwa mahasiswa dengan pendapatan tetap dan gaya hidup konsumtif cenderung lebih percaya diri serta nyaman menggunakan layanan cicilan seperti Shopee *PayLater*.

## **5. Conclusion**

Variabel pendapatan secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan Shopee *Paylater* pada Gen Z mahasiswa STIES Indonesia Purwakarta, hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sebesar  $3,667 > 2,042$  dan tingkat signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$ , serta nilai koefisien determinasi atau R square sebesar 0,578. Artinya variabel pendapatan ( $X_1$ ) memiliki pengaruh sebesar 57,8% terhadap minat penggunaan Shopee *Paylater* pada Gen Z mahasiswa STIES Indonesia Purwakarta (Y). Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fatichatur Rizqiyah dan Wasti Reviandani.

Variabel gaya hidup konsumtif secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan Shopee *Paylater* pada Gen Z mahasiswa STIES Indonesia Purwakarta, hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sebesar  $9,736 > 2,042$  dan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , serta nilai koefisien determinasi atau R Square sebesar 0,754. Artinya variabel gaya hidup konsumtif ( $X_2$ ) memiliki pengaruh sebesar 75,4% terhadap minat penggunaan Shopee *Paylater* pada Gen Z mahasiswa STIES Indonesia Purwakarta (Y). Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Muhammad Mizanulhaq.

Pendapatan dan gaya hidup konsumtif secara simultan berpengaruh terhadap minat penggunaan Shopee *Paylater* pada Gen Z mahasiswa STIES Indonesia Purwakarta, hal ini dibuktikan dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  sebesar  $61,479 > 3,305$  dan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , serta nilai koefisien determinasi atau R Square sebesar 0,804. Artinya variabel pendapatan dan gaya hidup konsumtif secara simultan memiliki pengaruh sebesar 80,4% terhadap minat penggunaan Shopee *Paylater* pada Gen Z mahasiswa STIES Indonesia Purwakarta (Y). Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Amanda Rachmawati.

## References

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Andriani, S. (2017). Uji Park Dan Uji Breusch Pagan Godfrey Dalam Pendeteksian Heteroskedastisitas Pada Analisis Regresi. *Al-Jabar: Jurnal Pendidikan Matematika*, 8(1), 63–72.
- Batra, Rajeev; Ahtola, O. T. (1991). Measuring the Hedonic and Utilitarian Sources of Consumer Attitudes. *Marketing Letters*, 2(2), 159–170.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Guepedia.
- Girsang, Asrhy Grisara; Dewi, M. H. U. (2025). Pengaruh Penggunaan Shopee PayLater, Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 13(12), 831–840.
- Gunawan, I. (2017). *Pengantar statistika inferensial*. 93.
- Harahap, T. R., & Wahyuni, E. (2024). Pengaruh Usefulness, Perceived Risk Terhadap Niat Menggunakan Shopee Paylater Pada Mahasiswa Di Labuhanbatu. *Jurnal Humaniora: Ilmu Ekonomi, Sosial, Bisnis Dan Hukum*, 1(1), 59–66.
- Irdiana, S. B. S. (2023). *Daya Tarik Gaya Hidup Konsumtif: Mengungkap Hubungan dengan Impulse Buying*. Deepublish.
- Jalaludin, J., Sucipto, M. C., & Nurfajriyah, A. (2023). Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Pendapatan Pedagang Kaki Lima (Studi Kasus Bazar Kuliner Basis Matraman Jakarta Pusat). *Jurnal Pelita Nusa: Social and Humaniora*, 3(1), 88–102.
- Koentjaraningrat. (2009). *Pengantar Antropologi*. Rineka Cipta.
- Kotler, P. (2018). *Kotler & Armstrong-Principles of Marketing 17th GLOBAL*. Pearson. [https://www.pearson.com/nl/en/\\_NL/higher-education/subject~...](https://www.pearson.com/nl/en/_NL/higher-education/subject~...)
- kusumawati Anggraeni, D. K., Zakariah, M., Rizal, A., & Suwarna, A. P. (2024). Pengaruh Penggunaan Fitur Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kabupaten Kolaka. *Jurnal Ekonomi Bisnis Syariah*, 7(1), 23–32.
- Martini, M., & others. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Kemampuan Literasi Keuangan terhadap Perilaku

- Konsumtif Belanja Online. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 6(3), 3169–3180.
- Mizanulhaq, M. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Gaya Hidup Konsumtif Terhadap Minat Penggunaan Paylater Pada Gen-Z: Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia*. Universitas Islam Indonesia.
- Mulyono, A. R.; Ardiansyah, M. F. (2023). Analisis Preferensi Penggunaan Dompot Digital terhadap Sistem Pembayaran Paylater pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Mahasiswa*, 8(2).
- Nelvina, Z., & Prima, A. P. (2025). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Resiko Terhadap Minat Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater Pada Mahasiswa Akuntansi. *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 7(2).
- Pahmi. (2024). *Kualitas Produk Dan Harga Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat*.
- Rachmawati, A. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan, dan Gaya Hidup terhadap Minat Menggunakan PayLater pada Mahasiswa Generasi Z*.
- Ramadhan, A., Rahim, R., & Utami, N. N. (2023). *Teori Pendapatan (Studi Kasus: Pendapatan Petani Desa Medan Krio)*. Penerbit Tahta Media.
- Rizqiyah, F., & Reviandani, W. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Manfaat, dan Pendapatan terhadap Minat Penggunaan Shopee Paylater di Platform Shopee pada Kabupaten Gresik. *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi Dan Kewirausahaan*, 15(8).
- Rohim, A. N., & Priyatno, P. D. (2021). Pola Konsumsi Dalam Implementasi Gaya Hidup Halal. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 4(2), 26–35.
- Rohmat, S., Saepudin, A., Mendrofa, R. S. P., & others. (2023). Analisis Minat Security Menggunakan Jasa Bank Syariah Indonesia Di PT. Inti Presisi Toolsindo. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 6(1), 89–103.
- Rosyada, M. (2024). *Pengaruh Gaya Hidup, Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Muslim Pengguna SPay Later*.
- Sholehah, N.; Amaniyah, F. (2023). Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Perilaku Konsumtif dengan Penggunaan Fintech Payment Shopee PayLater sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Kompetensi*, 16(2), 119–130.
- Sitepu, G. A., & Fadila, A. (2024). Analisis Pemanfaatan Layanan Paylater Di Era Keuangan Digital Oleh Generasi Z. *Journal of Young Entrepreneurs*, 3(1).
- Soerjono Soekanto. (2012). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Rajawali Pers.
- Sugiarti, H., & Megawarni, A. (2012). Konsistensi Koefisien Determinasi sebagai Ukuran Kesesuaian Model pada Regresi Robust the Consistency of Coefficient of Determination to Fitting Model Through Robust Regression. *Jurnal Matematika Sains Dan Teknologi*, 13(2), 65–72.
- Sugiono, S., Noerdjanah, N., & Wahyu, A. (2020). Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur SG Posture Evaluation. *Jurnal Keterampilan Fisik*, 5(1), 55–61.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Alfabeta (ed.); 27th ed.).
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta Bandung.
- Sukestiyarno, Y. L., Agoestanto, A., & others. (2017). Batasan prasyarat uji normalitas dan uji homogenitas pada model regresi linear. *Unnes Journal of Mathematics*, 6(2), 168–177.
- Sukirno, S. (2013). *Teori Pengantar Ekonomi Mikro*. Raja Grafindo Persada.
- Universitas Islam Riau. (2021). *Skripsi: Pengaruh Motivasi dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan*

pada PT. ABC. Universitas Islam Riau.

- Zahara, T., Kurniawan, B., & Dewi, M. C. (2023). Perilaku Konsumtif Belanja Online Melalui Fitur Shopee Paylater Pada Mahasiswa Universitas Yuppentek Indonesia. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 1(4), 48–56.
- Zulfikal, M., Jalaludin, J., Nurbaeti, A., & Supriyadi, Y. (2024). Analisis Minat Mahasiswa STIESIP Prodi Perbankan Syariah Menabung di Bank Syariah Indonesia. *Jama (Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Bisnis)*, 1(2), 274–296.
- Zulnanda, H., & Muslim, I. (2023). Faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang kaki lima di pasar rakyat Kota Pariaman. *Journal of Economic Development*, 1(1), 1–21.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Andriani, S. (2017). Uji Park Dan Uji Breusch Pagan Godfrey Dalam Pendeteksian Heteroskedastisitas Pada Analisis Regresi. *Al-Jabar: Jurnal Pendidikan Matematika*, 8(1), 63–72.
- Batra, Rajeev; Ahtola, O. T. (1991). Measuring the Hedonic and Utilitarian Sources of Consumer Attitudes. *Marketing Letters*, 2(2), 159–170.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Guepedia.
- Girsang, Asrhy Grisara; Dewi, M. H. U. (2025). Pengaruh Penggunaan Shopee PayLater, Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 13(12), 831–840.
- Gunawan, I. (2017). *Pengantar statistika inferensial*. 93.
- Harahap, T. R., & Wahyuni, E. (2024). Pengaruh Usefulness, Perceived Risk Terhadap Niat Menggunakan Shopee Paylater Pada Mahasiswa Di Labuhanbatu. *Jurnal Humaniora: Ilmu Ekonomi, Sosial, Bisnis Dan Hukum*, 1(1), 59–66.
- Irdiana, S. B. S. (2023). *Daya Tarik Gaya Hidup Konsumtif: Mengungkap Hubungan dengan Impulse Buying*. Deepublish.
- Koentjaraningrat. (2009). *Pengantar Antropologi*. Rineka Cipta.
- Kotler, P. (2018). *Kotler & Armstrong-Principles of Marketing 17th GLOBAL*. Pearson. [https://www.pearson.com/nl/en/\\_NL/higher-education/subject~...](https://www.pearson.com/nl/en/_NL/higher-education/subject~...)
- kusumawati Anggraeni, D. K., Zakariah, M., Rizal, A., & Suwarna, A. P. (2024). Pengaruh Penggunaan Fitur Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kabupaten Kolaka. *Jurnal Ekonomi Bisnis Syariah*, 7(1), 23–32.
- Martini, M., & others. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Kemampuan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 6(3), 3169–3180.
- Mizanulhaq, M. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Gaya Hidup Konsumtif Terhadap Minat Penggunaan Paylater Pada Gen-Z: Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia*. Universitas Islam Indonesia.
- Mulyono, A. R.; Ardiansyah, M. F. (2023). Analisis Preferensi Penggunaan Dompot Digital terhadap Sistem Pembayaran Paylater pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Mahasiswa*, 8(2).
- Nelvina, Z., & Prima, A. P. (2025). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Resiko Terhadap Minat Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater Pada Mahasiswa Akuntansi. *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 7(2).
- Pahmi. (2024). *Kualitas Produk Dan Harga Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat*.

- Rachmawati, A. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan, dan Gaya Hidup terhadap Minat Menggunakan PayLater pada Mahasiswa Generasi Z*.
- Ramadhan, A., Rahim, R., & Utami, N. N. (2023). *Teori Pendapatan (Studi Kasus: Pendapatan Petani Desa Medan Krio)*. Penerbit Tahta Media.
- Rizqiyah, F., & Reviandani, W. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Manfaat, dan Pendapatan terhadap Minat Penggunaan Shopee Paylater di Platform Shopee pada Kabupaten Gresik. *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi Dan Kewirausahaan*, 15(8).
- Rosyada, M. (2024). *Pengaruh Gaya Hidup, Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Muslim Pengguna SPay Later*.
- Sholehah, N.; Amaniyah, F. (2023). Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Perilaku Konsumtif dengan Penggunaan Fintech Payment Shopee PayLater sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Kompetensi*, 16(2), 119–130.
- Sitepu, G. A., & Fadila, A. (2024). Analisis Pemanfaatan Layanan Paylater Di Era Keuangan Digital Oleh Generasi Z. *Journal of Young Entrepreneurs*, 3(1).
- Soerjono Soekanto. (2012). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Rajawali Pers.
- Sugiarti, H., & Megawarni, A. (2012). Konsistensi Koefisien Determinasi sebagai Ukuran Kesesuaian Model pada Regresi Robust the Consistency of Coefficient of Determination to Fitting Model Through Robust Regression. *Jurnal Matematika Sains Dan Teknologi*, 13(2), 65–72.
- Sugiono, S., Noerdjanah, N., & Wahyu, A. (2020). Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur SG Posture Evaluation. *Jurnal Keterampilan Fisik*, 5(1), 55–61.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Alfabeta (ed.); 27th ed.).
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta Bandung.
- Sukestiyarno, Y. L., Agoestanto, A., & others. (2017). Batasan prasyarat uji normalitas dan uji homogenitas pada model regresi linear. *Unnes Journal of Mathematics*, 6(2), 168–177.
- Sukirno, S. (2013). *Teori Pengantar Ekonomi Mikro*. Raja Grafindo Persada.
- Universitas Islam Riau. (2021). *Skripsi: Pengaruh Motivasi dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT. ABC*. Universitas Islam Riau.
- Zahara, T., Kurniawan, B., & Dewi, M. C. (2023). Perilaku Konsumtif Belanja Online Melalui Fitur Shopee Paylater Pada Mahasiswa Universitas Yuppentek Indonesia. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 1(4), 48–56.
- Zulnanda, H., & Muslim, I. (2023). Faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang kaki lima di pasar rakyat Kota Pariaman. *Journal of Economic Development*, 1(1), 1–21.
- Wilmott, C., Fraser, E., & Lammes, S. (2018). 'I am he. I am he. Siri rules: work and play with the Apple Watch', *European Journal of Cultural Studies*, 21(1), 78-95836-839