

**PENGARUH PENGGUNAAN DAN DAMPAK
KETERLAMBATAN PEMBAYARAN SHOPEE PAYLATER
TERHADAP PERILAKU HEDONISME PADA GENERASI Z
(GEN Z) DI KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ**

Oleh :
J E M B E R
Anggi Amanda Septia Rini
NIM : 211105020070

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PRODI EKONOMI SYARIAH
2025**

**PENGARUH PENGGUNAAN DAN DAMPAK
KETERLAMBATAN PEMBAYARAN SHOPEE PAYLATER
TERHADAP PERILAKU HEDONISME PADA GENERASI Z
(GEN Z) DI KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M
Oleh: E R
Anggi Amanda Septia Rini
NIM: 211105020070**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
2025**

**PENGARUH PENGGUNAAN DAN DAMPAK
KETERLAMBATAN PEMBAYARAN SHOPEE PAYLATER
TERHADAP PERILAKU HEDONISME PADA GENERASI Z
(GEN Z) DI KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ**

Disetujui Dosen Pembimbing

Ana Pratiwi, SE., Ak., MSA.
NIP. 198809232019032003

**PENGARUH PENGGUNAAN DAN DAMPAK
KETERLAMBATAN PEMBAYARAN SHOPEE PAYLATER
TERHADAP PERILAKU HEDONISME PADA GENERASI Z
(GEN Z) DI KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari: Selasa

Tanggal: 09 Desember 2025

Tim Pengaji

Sekretaris


Ketua
Dr. H.Ubaidillah,M.Ag.
NIP. 196808072000031001 **Tim Pengaji**
Mohammad Mirza Pratama,S.ST.,M.M
NIP. 199112052023211022
Sekretaris

Anggota:

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**

1. Dr. Pongky Arie Wijaya, M.M
2. Ana Pratiwi,M.S.A.

Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Dr. H.Ubaidillah,M.Ag.
NIP. 196808072000031001

MOTTO

يَبْنِيَ إَادَمَ خُدُوا زِيَّتُكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُّوَا وَأَشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ

الْمُسْرِفِينَ
۲۱

Artinya: “Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, tetapi janganlah berlebihan. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang berlebihan.” (Q.S Surat Al-A’raf [8]:31).*



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

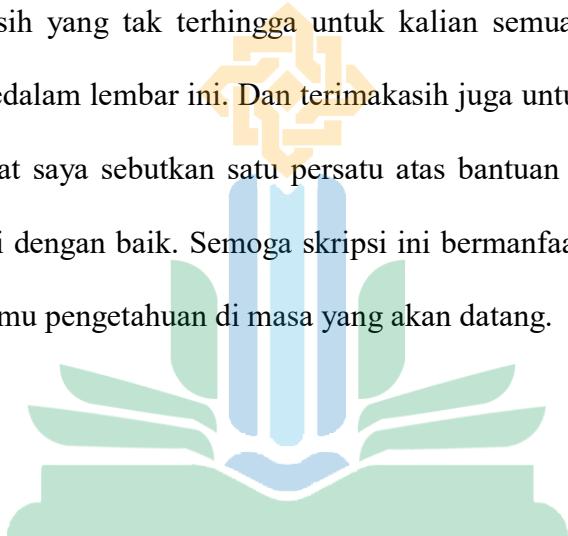
* Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019* (Jakarta: Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI, 2019), 209

PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah SWT serta shalawat kepada baginda Nabi Muhammad SAW dan ucapan syukur Alhamdulillah karena penelitian ini telah selesai. Karya ini dipersembahkan kepada orang-orang yang telah medoakan, mendukung dan menyemangati sampai penulisan skripni ini selesai. Skripsi ini dipersembahkan kepada:

1. Kepada kedua orang tua tercinta yaitu Bapak Heru Subianto,Ibu Tuminah dan Nenek terima kasih sudah mendukung saya dari awal sampai akhir, selalu mengasih semangat, dan selalu percaya dengan apa yang saya lakukan walaupun kadang saya sendiri merasa ragu. Dengan semua doa, dukungan, dan perhatian dari bapak dan ibu menjadi kekuatan terbesar bagi saya untuk melewati semua proses ini. Semoga penulisan skripsi ini bisa menjadi bukti kecil bahwa dengan perjuangan dan pengorbanan bapak dan ibu tidak sia-sia.
2. Kepada kedua kakak saya, Siska Tri Anggraini dan Rizal Agustian Permana dan Seluruh Keluarga besar yang selalu ada memberikan semangat. Kehadiaran kalian sangat berarti dalam melewati setiap tantangan Kepada keluarga besar terima kasih atas doa di setiap langkah, dukungan, dan kebersamaan yang selalu menguatkan saya.
3. Kepada Teman seperjuangan Bilva, Helmy, Yunita, Ira, Nana, Lida, dan Indri,Rini,yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan saling membantu dalam perjalanan perkuliahan ini. Sehingga setiap Langkah terasa lebih ringan.

4. Almamater Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dan seluruh Dosen Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember khususnya Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah ikhlas memberikan waktu dan memberikan ilmunya, semoga kelak menjadi ilmu yang barokah dan bermanfaat, Amin
5. Terimakasih yang tak terhingga untuk kalian semua bahkan yang tidak tertulis kedalam lembar ini. Dan terimakasih juga untuk semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu atas bantuan hingga terselesainya skripsi ini dengan baik. Semoga skripsi ini bermanfaat dan berguna untuk progres ilmu pengetahuan di masa yang akan datang.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "Pengaruh Penggunaan Shopee *Paylater* dan Dampak Keterlambatan Pembayaran Terhadap Perilaku Hedonisme Pada Generasi Z di Kabupaten Jember ". Skripsi ini disusun sebagaisalah satu syarat untuk menyelesaikan studi Strata Satu (S1) pada Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Terdapat beberapa keterbatasan, baik dari segi metodologi, cakupan penelitian,maupun menguji data yang digunakan. Namun, penulis telah berupaya semaksimal mungkin untuk menghasilkan karya tulis ilmiah yang sebaik mungkin. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan dan penyempurnaan di masa mendatang. Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada beberapa pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama proses

penyusunan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah menerima penulis sebagai mahasiswa di Universitas ini.

2. Bapak Dr. H. Ubaidillah., M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam yang telah menyediakan fasilitas dalam proses perkuliahan.
- viidigilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id
- digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id
3. Bapak Dr. H. M.F. Hidayatullah., S.H.I., M.S.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membantu mahasiswa memahami mata kuliah sesuai dengan program studi.
4. Ibu Dr. Sofiah., M.E. selaku Ketua Program Studi yang telah memberikan kemudahan kepada mahasiswa dengan kemudahan berkas.
5. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE., MM., CHRP., CCGS. selaku Dosen Penasehat Akademik.
6. Ibu Ana Pratiwi, SE., Ak., MSA. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi, memberikan arahan, serta kesabaran dan waktu yang telah diluangkan. Dedikasi dan ilmu yang telah Ibu bagikan sangat berharga dan telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini. Semoga karya ini dapat menjadi bukti nyata atas bimbingan Ibu.

ABSTRAK

Anggi Amanda Septia Rini, 2025: Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Dan Dampak Keterlambatan Pembayaran Terhadap Perilaku Hedonisme Pada Generasi Z (Gen Z) Di Kabupaten Jember.

Kata Kunci: Penggunaan Shopee Paylater, Dampak Keterlambatan, Perilaku Hedonisme, Generasi Z, Kabupaten Jember.

Penelitian ini dilatar belakangi dengan meningkatnya popularitas penggunaan Shopee Paylater di kalangan generasi Z. Fenomena ini sangat relevan dengan situasi saat ini di mana banyak anak muda belum mampu mengelola keuangannya secara baik. Hal tersebut kemudian mendorong peneliti untuk menggali informasi secara mendalam terkait seberapa besar pengaruhnya antara penggunaan Shopee Paylater dan dampak keterlambatan pembayaran terhadap perilaku hedonisme pada generasi Z di Kabupaten Jember.

Rumusan masalah dalam skripsi ini adalah: 1) Apakah Ada Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Hedonisme Pada Generasi Z(Gen Z) di Kabupaten Jember? 2) Apakah Ada Pengaruh Dampak Keterlambatan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Hedonisme Pada Generasi Z (Gen Z) di Kabupaten Jember? 3) Apakah Ada Pengaruh Penggunaan dan Dampak Keterlambatan Shopee Paylater Secara Simultan Terhadap Keputusan Perilaku Hedonisme Pada Generasi Z(Generasi Z)?.

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk Mengetahui Apakah Penggunaan Shopee Paylater Berpengaruh Terhadap Perilaku Hedonisme Pada Generasi Z (Gen Z) di Kabupaten Jember 2) Untuk Mengetahui Apakah Dampak Keterlambatan Shopee Paylater Berpengaruh Terhadap Perilaku Hedonisme Pada Generasi Z (Gen Z) di Kabupaten Jember 3) Untuk Mengetahui Apakah Pengaruh Penggunaan dan Dampak Keterlambatan Shopee Paylater Secara Simultan Terhadap Keputusan Perilaku Hedonisme Pada Generasi Z (Generasi Z).

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi meliputi generasi Z yang berdomisili di Kabupaten Jember. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan rumus Cochran. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *probability sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS for windows version 25.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Nilai t hitung lebih kecil dari t tabel dan nilai signifikansi berada di atas 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan fitur Shopee PayLater memiliki pengaruh yang sangat kecil terhadap perilaku hedonisme. 2) Nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($\leq 0,05$). Artinya, semakin besar dampak yang dirasakan akibat keterlambatan pembayaran, semakin tinggi kecenderungan Generasi Z untuk menunjukkan perilaku hedonisme. 3) Hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi 0,000 dan F hitung sebesar 46,333 yang melebihi F tabel (3,09). Temuan ini menegaskan bahwa penggunaan Shopee PayLater dan dampak keterlambatan secara simultan berpengaruh terhadap perilaku hedonisme.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	ii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	xiii
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Manfaat Penelitian	14
E. Ruang Lingkup Penelitian.....	15
F. Definisi Operasional.....	17
G. Asumsi Penelitian.....	21
H. Hipotesis.....	22
I. Sistematika Pembahasan	25

BAB II KAJIAN PUSTAKA	27
A. Penelitian Terdahulu.....	27
B. Kajian Teori.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	48
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	48
B. Populasi dan Sampel	48
C. Teknik Dan Instrumen Pengumpulan Data	49
D. Analisis Data	51
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	54
A. Gambaran Objek Penelitian	54
B. Penyajian Data	57
C. Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	59
D. Pembahasan.....	70
BAB V PENUTUP.....	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran-Saran	77
DAFTAR PUSTAKA.....	78

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tabel Platform Belanja <i>Daring</i> di Indonesia.....	8
Tabel 1. 2 Pertumbuhan Penggunaan <i>Paylater</i> di Indonesia.....	10
Tabel 1. 3 Indikator Variabel	16
Tabel 2. 1 Pemetaan Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3. 1 Skala <i>Likert</i>	50
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4. 2 Responden berdasarkan Lama penggunaan Shopee <i>paylater</i>	59
Tabel 4. 3 Hasil Pengujian Vaditas Variabel Penggunaan Shopee <i>paylater</i> (X1) .	60
Tabel 4. 4 Hasil pengujian Validitas Dampak Keterlambatan (X2)	60
Tabel 4. 5 Hasil Pengujian Validitas Perilaku Hedonisme (Y)	61
Tabel 4. 6 Output Uji Reliabilitas <i>Usability Quality (Summary)</i>	62
Tabel 4. 7 Output Uji Reliabilitas <i>Usability Quality (Statistic)</i>	62
Tabel 4. 8 Hasil Pengujian Reliabilitas	62
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas <i>Kormogrov-Smirnov</i>	64
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinieritas	65
Tabel 4. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	65
Tabel 4. 12 Hasil Uji t	67
Tabel 4. 13 Hasil uji F (Simultan).....	68
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Uji Regresi Linier Berganda	68
Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran.....	22
Gambar 4. 1 Hasil Uji Grafik Normal <i>Probability Plot</i>	63



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan digitalisasi saat ini mendorong perubahan kebutuhan, serta pola hidup masyarakat. Kemajuan teknologi yang berlangsung sangat cepat turut mendukung berbagai aktivitas harian, sehingga individu dapat menjalankan kegiatannya dengan lebih praktis. Pada masa transisi teknologi seperti sekarang, hampir seluruh lapisan masyarakat terutama kalangan remaja secara konsisten bergantung pada internet, baik untuk berkomunikasi, berbelanja, mencari informasi, maupun aktivitas lainnya. Hal ini dapat memicu preferensi masyarakat, yang akan menimbulkan pilihan terhadap produk maupun jasa yang sedang mereka gunakan, dimana pilihan ini bersifat suka maupun tidak suka.¹ Kemudahan yang ditawarkan teknologi membuat siapa pun dapat memperoleh apa pun yang dibutuhkan dengan lebih cepat, termasuk dalam kegiatan belanja. Teknologi digital merupakan bentuk media baru yang memberikan akses luas bagi pengguna untuk memperoleh dan memanfaatkan informasi, mulai dari berkirim pesan, membaca data, berbagi informasi, mempermudah pekerjaan, hingga berbelanja secara online tanpa harus datang langsung ketoko yang dikenal sebagai *e-commerce*.²

¹ Lestari, Nisa Puji, Ana Pratiwi, Dinada Husniah, and Hanifah Nurul Izzati. "ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN TERHADAP 3 PRODUK KOPI DI KABUPATEN JEMBER." ABDIPRAJA (Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat) 5, no. 2 (2024): 45-52.

² Eri Yanti Nasution, "Perkembangan transaksi bisnis *e-commerce* terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia," Jesya (*Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*) 3.2 (2020): 506-519.

Mayoritas masyarakat lebih nyaman berbelanja melalui *marketplace* dibanding ke toko langsung atau bisa disebut belanja online. Belanja online merupakan bagian dari *e-marketing*, dan *e-commerce* kini populer terutama di kalangan mahasiswa. *E-commerce* di Indonesia memberikan dampak dengan banyak munculnya *E-commerce* lain yang juga memberikan berbagai keuntungan dan kemudahan serta menciptakan persaingan ketat antar perusahaan.³ Layanan ini memudahkan konsumen berbelanja dari mana pun seperti shopee, Instagram, tiktok. TikTok merupakan platform atau aplikasi media sosial yang berfokus pada berbagi video pendek antar pengguna. TikTok secara bertahap bergerak maju ke platform media sosial yang lebih komersial dan memungkinkan pengguna memperoleh pendapatan dari pembelian dalam aplikasi dan reaksi dalam menanggapi video mereka.⁴

Cukup dengan menggunakan *smartphone*, seseorang dapat mencari produk yang dibutuhkan dan melakukan transaksi tanpa perlu mengeluarkan banyak tenaga maupun waktu. Produk adalah seperangkat sifat fisik yang terkait dalam bentuk yang dapat dikenali.⁵ Pada 2020, Shopee memperkenalkan Shopee *PayLater*, yaitu fitur pembayaran non-tunai berupa pinjaman instan dengan bunga yang lebih tinggi dibandingkan layanan pinjaman lain. Proses tagihan dan pembayaran Shopee *PayLater* serupa

³ Yuwana, Siti Indah Purwaning, and Ayu Wulandari. "Pengaruh Brand Pride, Web Design Quality, E-Service Quality dan Customer Experience Terhadap Repurchase Intention E-Commerce Shopee Pada Konsumen Milenial Mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (JEBI)* 3.2 (2023): 111-124.

⁴ Hidayatullah, M. F., et al. "Strategi Digital Marketing Dengan Instagram Dan Tiktok Pada Butik Dot. Id." *Human Falah* 10.1 (2023): 127-135.

⁵ Raziqi, Ahmad. Pengaruh Label Halal, Religiusitas, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Makanan dan Minuman dalam Kemasan pada Mahasiswa S1 FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq dan Universitas Islam Jember. UIN KHAS Jember, (2022).

dengan penggunaan kartu kredit. Namun, penggunaan Shopee *PayLater* memiliki syarat khusus. Pengguna harus sering bertransaksi, memiliki akun yang sudah terverifikasi, dan usia akun minimal tiga bulan. Karena itu, *service* tersebut diperuntukkan bagi pengguna yang memenuhi ketentuan tersebut.⁶

Data OJK menunjukkan bahwa pada 2021, generasi Z usia 19–25 tahun menjadi kelompok dengan utang paling tinggi, terutama dari pinjaman online yang totalnya mencapai Rp 14,74 triliun. Penggunaan jasa *paylater* di kalangan anak muda juga menunjukkan tren peningkatan, semua itu terjadi karena pengaruh hedonisme dan gengsi di kalangan generasi z. Survei Katadata Insight Center (KIC) tahun 2021 menunjukkan bahwa 13,8 persen Generasi Z memakai layanan *paylater*, jauh lebih tinggi dibandingkan penggunaan kartu kredit yang hanya 7,6 persen.⁷

Generasi Z dipilih sebagai objek penelitian karena kelompok usia 19–25 tahun ini merupakan pengguna yang paling cepat menerima dan menggunakan teknologi keuangan digital, termasuk layanan *PayLater*. Mereka lebih akrab dengan transaksi daring dan cenderung memilih metode pembayaran digital dibandingkan generasi sebelumnya. Menurut penelitian Kantar, sekitar 70% dari generasi ini lebih memilih menggunakan metode pembayaran digital seperti *PayLater* karena kenyamanan dan kemudahan yang ditawarkan. Kondisi ini menjadikan Generasi Z kelompok yang tepat untuk mengkaji dampak Shopee *PayLater* terhadap budaya konsumtif dan hedonis.

⁶ Rahmi, Cinta, et al. "Tantangan dan Prospek Pengendalian Riba dalam Transaksi di E-Commerce (Studi Kasus Transaksi Jual Beli Menggunakan Shopee Paylater)." *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Bisnis* 2.2 (2024): 262-267.

⁷ Rahmatika Sari. "Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap perilaku impulse buying pengguna e-commerce di Indonesia." *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi* 7.1 (2021): 44-57.

Generasi ini dikenal mudah mengejar kesenangan melalui konsumsi barang dan jasa. Karena itu, penelitian ini menelaah bagaimana kemudahan *PayLater* mendorong mereka memenuhi keinginan belanja, serta dampaknya pada perilaku hedonistik akibat konsumsi berlebih.⁸

Survei itu juga mencatat bahwa 33,1 persen dari 5.204 responden mengalami penurunan kondisi keuangan selama pandemi, dan lebih dari 60 persen menyebutkan penyebabnya adalah PHK dan turunnya pendapatan usaha. Selain itu, 53,5 persen responden mengaku pengeluaran bulanannya melebihi pendapatan. Situasi ini menjelaskan mengapa banyak anak muda akhirnya bergantung pada utang, termasuk layanan paylater, sebagai solusi sementara.⁹

Sayangnya, penggunaan *paylater* sering kali menimbulkan masalah. Beberapa orang bahkan terhambat membayar *paylater* tidak tepat waktu hingga mengakibatkan bertambahnya tanggungan *paylater* yang menumpuk. Berdasarkan data dari *Institute for Development of Economic Studies* (Indef), banyak pengguna terutama berumur di bawah 19 tahun dan belum memiliki penghasilan tetap yang gagal melunasi pinjaman mereka. Rata-rata kredit macet dari pengguna muda ini mencapai angka yang cukup besar, yaitu 2,8 juta per orang.

⁸ Rizky Nur Yasin and Sophia Marsiska. "Pengaruh Penggunaan Layanan Paylater Terhadap Perilaku Impulsif Mahasiswa Pengguna E-Commerce di Jawa Barat." *Applied Business and Administration Journal* 2.2 (2023): 59-65.

<http://journal.ebizmark.id/index.php/abaj/article/view/54>

⁹ Safariyant, O. D. S., & Santoso, A. "Pengaruh Shopee Paylater, Promosi Penjualan, Dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa" *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 6 (2023) 58-62.

Dalam *e-commerce*, komunikasi tidak langsung umumnya hadir lewat iklan. Visual yang menarik dapat memberi pengalaman positif bagi calon pembeli dan mendorong mereka melakukan transaksi. Shopee sebagai *platform e-commerce* juga menerapkan strategi pemasaran kreatif, salah satunya dengan memperkenalkan fitur pembayaran “*PayLater*” atau bayar nanti. *SPayLater*, misalnya, kini juga dipromosikan melalui iklan televisi, yang berhasil menarik perhatian konsumen untuk semakin tertarik berbelanja online. Fitur-fitur dalam aplikasi Shopee yang ditampilkan dalam iklan tersebut membuat konsumen penasaran dan tertarik untuk mencoba layanan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Masyarakat sekarang dapat memenuhi kebutuhannya, seperti belanja hingga perjalanan, tanpa harus menunggu memiliki cukup uang berkat fitur cicilan digital seperti *PayLater*, yang menjadi tren populer di kalangan generasi z pesan yang disampaikan melalui iklan mudah dipahami oleh masyarakat.¹⁰

Pada era digitalisasi saat ini, semua bisa serba digital seperti *paylater* salah satu aplikasi kredit saat ini yang terpopuler dikalangan remaja atau generasi z yaitu shoppe, shopee saat ini mempunyai fitur shopee *paylater* yang memudahkan belanja online dengan mudah tanpa tanpa harus keluar rumah, Generasi Z memiliki kecenderungan konsumsi digital yang cukup tinggi, sehingga kemudahan akses seperti ini menjadi daya tarik tersendiri. Selain itu, proses aktivasi dan pengajuan *paylater* relatif lebih sederhana dibandingkan dengan pengajuan kartu kredit. Walau bunganya relatif tinggi, banyak

¹⁰ Laudon, K. C., & Traver, C. G E-commerce (American: Business, Technology, Society (16th ed.) Pearson, 2021), 26.

pengguna tetap memilih layanan ini karena prosesnya cepat dan keamanannya diawasi OJK. Shopee *PayLater* menyediakan pinjaman atau pembayaran cicilan, dengan kewajiban melunasi tagihan sebelum jatuh tempo. Fitur ini juga memberikan kemungkinan peningkatan batas kredit bagi pengguna. Secara fungsional, *SPayLater* ialah satu diantara atribut produk yang mampu melengkapi kebutuhan, serta keinginan konsumen melalui kemudahan kepemilikan, penggunaan, dan pengalaman bertransaksi yang ditawarkannya.¹¹

SPayLater adalah layanan pembiayaan dari PT Commerce Finance yang bekerja sama dengan beberapa mitra dan berada di bawah pengawasan OJK. Fitur ini menawarkan opsi pembayaran sekali bayar atau cicilan tiga, enam dan dua belas bulan. Setiap transaksi dikenakan biaya admin 1%, dengan bunga minimum 2,95%. Jika terlambat membayar, pengguna dikenai denda 5% per bulan dari total tagihan, termasuk tunggakan sebelumnya.

Dalam fitur Shopee *PayLater* tersedia informasi lengkap mengenai jumlah limit yang diberikan kepada pengguna, batas waktu pembayaran, hingga sisa limit setelah sebagian digunakan. Apabila konsumen terlambat melunasi cicilan, Shopee dapat membatasi penggunaan voucher, mengurangi akses terhadap beberapa fitur aplikasi, dan hal tersebut berpotensi memengaruhi skor kredit pengguna pada sistem OJK. Untuk menghindari sanksi tersebut, pengguna dianjurkan melakukan pelunasan sebelum tanggal jatuh tempo. Shopee *PayLater* juga memberikan fleksibilitas melalui opsi

¹¹ Rahmatika Sari. "Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap perilaku impulse buying pengguna e-commerce di Indonesia." *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi* 7.1 (2021): 44-57.

pelunasan penuh pada periode berikutnya, meskipun tanpa pengurangan beban bunga. Sehingga keberadaan Shopee *PayLater* memberikan kemudahan bagi konsumen, khususnya mereka yang memiliki keterbatasan dana namun tetap ingin memenuhi kebutuhan atau melakukan pembelian tertentu.¹²

Layanan PayLater milik Shopee menempati peringkat ketiga dalam daftar penggunaan terbanyak. Melalui kolaborasinya dengan PT Lentera Dana Nusantara (LDN), Shopee berhasil mencatat rasio transaksi tertinggi sebesar 29%. Tokopedia berada tepat di atasnya, sedangkan Lazada menyusul di posisi berikutnya. Dari sisi kunjungan, Shopee memang masih berada di bawah Tokopedia, namun aktivitas transaksi di platform tersebut lebih besar.

Data iPrice 2019 menunjukkan bahwa pada kuartal III, Tokopedia menjadi *marketplace* dengan pengunjung terbanyak mencapai 66 juta, sedangkan Shopee sekitar 56 juta. Perbedaan ini menggambarkan beragamnya karakter dan preferensi konsumen. Pengguna terbesar ialah cakupan usia level milenial diikuti generasi Z. Generasi Z yang sangat terbiasa dengan internet cenderung melakukan berbagai aktivitas dengan lebih mudah dan cepat.

Kualitas layanan merupakan penyedia berbagai layanan yang akan diberikan oleh perusahaan kepada para konsumen. Kualitas ini dibutuhkan untuk menghasilkan kepuasan untuk pengguna, dengan demikian keperluan

¹² Cinta Rahmi, "Tantangan dan Prospek Pengendalian Riba dalam Transaksi di E-Commerce (Studi Kasus Transaksi Jual Beli Menggunakan Shopee Paylater)." *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Bisnis* 2.2 (2024): 262-267.

dan keinginan dapat terpenuhi serta menjadikan layanan tersebut tetap menjadi pilihan utama bagi konsumen.¹³

Solomon menyatakan bahwa hedonisme tercermin dari kebiasaan seseorang yang sering mengejar hiburan, terutama saat bersama teman-temannya, dan memiliki keinginan untuk selalu diperhatikan. Gaya hidup dipengaruhi dua faktor, yakni demografis seperti pendidikan, usia, pendapatan, dan jenis kelamin serta psikografis yang berkaitan dengan karakter, nilai, dan perilaku individu. Dalam penelitian ini, Generasi Z dipilih sebagai subjek karena kelompok usia muda ini cenderung belum mampu mengatur dan merencanakan keuangan dengan baik. Usia muda membuat mereka lebih mudah terpengaruh oleh lingkungan sekitar.¹⁴ Generasi Z juga cenderung mengikuti tren yang sedang berkembang, sehingga mereka dianggap memiliki potensi lebih besar untuk melakukan impulse buying secara online.¹⁵

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KI AYU HACI MADRIDIO**
Tabel 1.1
Tabel Platform Belanja Daring di Indonesia

	Situs Web (Juta Visitor per Bulan di Indonesia)	Aplikasi (Juta Visitor per bulan di Indonesia)	Total (Juta Visitor per Bulan di Indonesia)
Shopee	126.99	834.52	961.51
Tokopedia	147.79	244.34	392.13
Lazada	27.67	349.37	377.04
Bukalapak	29.46	49.72	79.18
Blibli	18.44	10.33	28.77

Sumber: data diolah peneliti

¹³ Nasution, Eri Yanti, et al. "Perkembangan transaksi bisnis e-commerce terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia." *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)* 3.2 (2020): 506-519.

¹⁴ Rizky Nur Yasin dan Sophia Marsiska. "Pengaruh Penggunaan Layanan Paylater Terhadap Perilaku Impulsif Mahasiswa Pengguna E-Commerce di Jawa Barat." *Applied Business and Administration Journal* 2.2 (2023): 59-65. <http://journal.ebizmark.id/index.php/abaj/article/view/54>

¹⁵ Hanik Fitriani. "Dampak S-Pay Later Terhadap Konsumen Muslim: Perspektif Keuangan Islami." *Journal of Economics and Business Research* 4.1 (2024): 204-211.

Shopee tercatat sebagai platform belanja daring yang paling banyak digunakan pada paruh pertama 2021 berdasarkan data unduhan dan jumlah pengguna aktif bulanan dari App Annie. Temuan iPrice pada kuartal II 2021 juga menunjukkan bahwa Shopee memperoleh 126,99 juta kunjungan bulanan, meskipun Tokopedia masih memimpin dengan 147,79 juta kunjungan. Sementara itu, laporan GlobalWebIndex (GWI) kuartal III 2020 menyebutkan bahwa mayoritas pengguna internet usia 16–64 tahun lebih memilih berbelanja melalui aplikasi mobile dibandingkan situs web.¹⁶

Data SimilarWeb pada Oktober 2021 mencatat bahwa Shopee mencapai sekitar 26,92 juta pengguna aktif harian pada Agustus, dengan total kunjungan sekitar 834,52 juta per bulan. Jika angka tersebut konsisten, total kunjungan dari aplikasi dan situs web mencapai 961,51 juta. Sebagai pembanding, Tokopedia mencatat 7,88 juta pengguna aktif harian dan 392,13 juta kunjungan bulanan.¹⁷

Dengan perkiraan satu kali kunjungan per pengguna per hari, Shopee berpuncak di posisi teratas untuk keseluruhan unduhan dan pengguna aktif bulanan, diikuti Tokopedia, Lazada, Bukalapak, dan Blibli. Tingginya trafik tersebut menunjukkan keberhasilan berbagai kampanye yang dijalankan Shopee. Peningkatan pesanan UMKM hingga enam kali lipat pada Shopee Super Shopping Day 9.9 menjadi salah satu indikatornya, bahkan secara

¹⁶ Lia Ayu Nursinta, and Moch Wahyu Widodo. "Pemahaman Literasi Keuangan Dalam Penggunaan Pinjaman Online Pada E-Commerce Shopee Paylater." *Prosiding Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi*. Vol. 7. 2022.

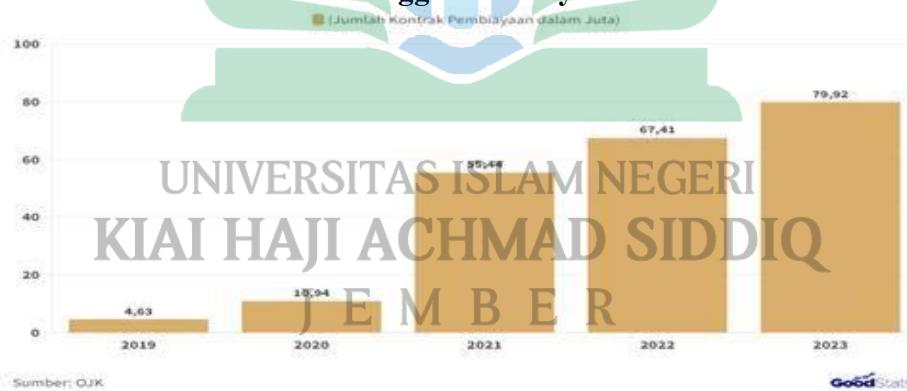
<https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/2188>

¹⁷ Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Peraturan OJK Nomor 77/POJK.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi, (Jakarta: OJK, 2016).

global acara tersebut mencatat 1,8 juta transaksi dalam satu menit. Shopee juga memanfaatkan fitur interaktif seperti game dan live streaming untuk menarik pengguna. Sementara itu, pesaing seperti Tokopedia, Lazada, Blibli, dan Bukalapak terus berinovasi menambahkan fitur baru dalam menghadapi ketatnya persaingan e-commerce.¹⁸

Data OJK menunjukkan penggunaan PayLater di Indonesia meningkat tajam. Pada 2023, jumlah kontrak pembinyaannya mencapai 79,92 juta, jauh naik dari 4,63 juta pada 2019. Kenaikan ini mencerminkan CAGR sekitar 144,35% dan diperkirakan terus tumbuh seiring tingginya permintaan terhadap pembayaran kredit digital.

Tabel 1. 2
Pertumbuhan Penggunaan Paylater di Indonesia



Sumber : Data diolah peneliti

Pada Maret 2024, jumlah piutang *paylater* di Indonesia tercatat sebesar Rp 6,13 triliun dengan pertumbuhan tahunan sebesar 23,9%. Angka tersebut menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap layanan ini terus meningkat. Merujuk Agusman, Kepala Eksekutif Pengawasan Lembaga Pembiayaan OJK, kinerja *paylater* diprediksi masih terus berkembang sejalan kemajuan

¹⁸ Prasetya, Audrey Nathania Early. "Analisis Adanya Pay Later Dalam Marketplace Terhadap Daya Beli Masyarakat." *Jurnal Revenue: Jurnal Ilmiah Akuntansi* 3.2 (2023): 593-601.

IPTEK yang memudahkan aktivitas belanja daring. Namun, meskipun penggunaannya semakin luas regulasi khusus mengenai *paylater* masih terbatas. OJK sebenarnya menargetkan aturan tersebut terbit tahun ini tetapi rencana itu mundur karena masih banyak ketentuan turunan yang perlu disiapkan.¹⁹

Penggunaan *PayLater* perlu dilakukan secara bijak karena jika tidak dikendalikan, dapat merugikan kondisi keuangan pribadi. Sebagai bentuk utang, *PayLater* menimbulkan beban finansial di masa depan apalagi jika disertai bunga. Kementerian Keuangan juga telah mengidentifikasi sejumlah risiko dari penggunaan layanan ini.²⁰

Pengaplikasian *PayLater* yang tidak terkontrol bisa menciptakan bermacam ancaman, seperti terganggunya manajemen keuangan pribadi, munculnya biaya tambahan yang tidak terduga, meningkatnya perilaku konsumtif, serta ancaman peretasan identitas. Meskipun layanan ini memudahkan transaksi, penting bagi pengguna untuk lebih bijak, apalagi dengan regulasi yang direncanakan akan diterapkan pada 2025 guna mengurangi dampak negatifnya.²¹

Perilaku hedonisme yang berfokus pada pencarian kesenangan instan dapat menyebabkan seseorang menunda kewajiban, sehingga berujung pada

¹⁹ Putri Leli Noviana, et al. "Pandangan Ekonomi Islam Dalam Jual Beli Online Pada Generasi Milenial." *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia (JESI)* 2.2 (2023): 158-169. <https://ojs-steialamar.org/index.php/JESI/article/view/46>

²⁰ Pratiwi, Tiffany Dea "Pengaruh Penggunaan Fitur Shopee *PayLater* dan Gaya Hidup Hedonisme terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FKIP Universitas Pancasakti Tegal." (Skripsi UIN Kalijaga 2023).

²¹ Sari, Rahmatika. "Pengaruh Penggunaan *Paylater* TERHADAP perilaku impulse buying pengguna e-commerce di Indonesia." *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi* 7.1 (2021): 44-57.

keterlambatan. Keterlambatan ini berdampak negatif, seperti penurunan performa, stres, hingga konflik sosial. Hedonisme juga memicu siklus negatif, di mana stres akibat keterlambatan justru mendorong individu kembali mencari hiburan sebagai pelarian. Konteks ini memperlihatkan bahwa kurangnya pengendalian diri berperan sebagai faktor penting dalam hubungan antara hedonisme dan keterlambatan. Generasi Z sangat rentan terhadap perilaku hedonisme karena tumbuh di era digital dan budaya instan. Mereka mudah mengakses hiburan, ter dorong oleh budaya FOMO, cenderung memilih kepuasan instan dibanding tanggung jawab, dan menggunakan gaya hidup hedonis sebagai bentuk pencarian identitas di media sosial. Meskipun tidak semua Gen Z demikian, lingkungan digital yang mereka hadapi membuat kecenderungan hedonis cukup dominan dan memengaruhi pola pikir serta perilaku mereka.

Pemilihan judul penelitian ini didasarkan pada meningkatnya popularitas Shopee *PayLater* terutama karena layanan tersebut kini menjadi bentuk *lifestyle* Generasi Z. Fenomena ini tentu berkorelasi dengan kondisi baru-baru ini yang mana banyak anak muda belum mampu mengelola keuangannya secara baik. Penelitian ini bertujuan menelusuri bagaimana penggunaan *PayLater* dapat memicu perilaku konsumtif dan kecenderungan hedonis. Dengan memahami pengaruh serta konsekuensinya, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi rujukan dalam meningkatkan literasi keuangan Gen Z agar lebih bijak memanfaatkan fasilitas kredit digital. Selain itu, penelitian mengenai keterkaitan antara penggunaan *PayLater*, keterlambatan

pembayaran, dan perilaku hedonisme di kalangan Gen Z khususnya di wilayah Jember masih sangat terbatas. Oleh karena itu, topik ini dipilih karena menggambarkan masalah nyata yang tengah berkembang di masyarakat, terutama di kalangan generasi muda yang semakin akrab dengan layanan kredit digital seperti Shopee *PayLater*. Melalui kajian ini, peneliti berharap dapat memberikan kontribusi baru dalam bidang keuangan digital, perilaku konsumen, serta literasi finansial generasi Z di Kabupaten Jember.

B. Rumusan Masalah

Mengacu uraian latar belakang di atas, peneliti merumuskan permasalahan penelitian antara lain:

1. Apakah Ada Pengaruh Penggunaan Shopee *Paylater* Terhadap Perilaku Hedonisme Pada Generasi Z (Gen Z) di Kabupaten Jember?
2. Apakah Ada Pengaruh Dampak Keterlambatan Shopee *Paylater* Terhadap Perilaku Hedonisme Pada Generasi Z (Gen Z) di Kabupaten Jember?
3. Apakah Ada Pengaruh Penggunaan dan Dampak Keterlambatan Shopee *Paylater* Secara Simultan Terhadap Keputusan Perilaku Hedonisme Pada Generasi Z (Gen Z)?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari analisis ini ialah untuk mengetahui:

1. Untuk Mengetahui Apakah Penggunaan Shopee *Paylater* Berpengaruh Terhadap Perilaku Hedonisme Pada Generasi Z (Gen Z) di Kabupaten Jember.

2. Untuk Mengetahui Apakah Dampak Keterlambatan Shopee *Paylater* Berpengaruh Terhadap Perilaku Hedonisme Pada Generasi Z (Gen Z) di Kabupaten Jember.
3. Untuk Mengetahui Apakah Pengaruh Penggunaan dan Dampak Keterlambatan Shopee *Paylater* Secara Simultan Terhadap Keputusan Perilaku Hedonisme Pada Generasi Z (Gen Z).

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Kajian ini diharapkan dapat menjelaskan bagaimana Generasi Z menggunakan Shopee PayLater. Hasilnya juga bisa sebagai rujukan bagi analisis berikutnya yang memiliki ketertarikan dalam menganalisa layanan ini dan risiko keterlambatan pembayarannya terhadap perilaku hedonis Gen Z di Jember. Temuan tersebut juga bisa dipergunakan sebagai rujukan untuk peneliti lain yang melakukan kajian yang sejalan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya ilmu pengetahuan sesuai perkembangan terkini, menambah wawasan pembaca, serta menjadi acuan bagi penelitian berikutnya.

b. Bagi Pihak Perusahaan

Hasil analisa ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi untuk perusahaan dalam pengembangan fintech, khususnya fitur Shopee *PayLater* sehingga dapat meningkatkan daya saingnya.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan memberi gambaran lebih lengkap tentang perkembangan fintech di Indonesia, khususnya terkait aspek yang berpengaruh dalam budaya konsumtif pengguna Shopee *PayLater*.

E. Ruang Lingkup Penelitian

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian ialah sifat, karakter, atau nilai tertentu yang dimiliki individu, objek, atau suatu aktivitas, yang menunjukkan adanya perbedaan dan sengaja ditekankan peneliti untuk dianalisis serta ditarik kesimpulannya. Setiap variabel memiliki rentang nilai yang berbeda-beda, sehingga mencerminkan variasi karakteristik antar subjek. Analisis ini, variabel yang digunakan dibagi menjadi dua, yakni variabel independen (X) dan variabel dependen (Y).

a. Variabel Independen (X)

Variabel independen merupakan aspek yang menimbulkan perubahan pada variabel dependen dan kerap disebut sebagai variabel prediktor. Kajian ini, variabel independen yang diaplikasikan meliputi:

- 1) Penggunaan Shopee Paylater (X1)
- 2) Dampak Keterlambatan (X2)

b. Variabel Dependend (Y)

Variabel dependen ialah variabel yang diamati dalam melihat dampak dari variabel independen. Sebagai variabel hasil, nilainya

bergantung pada variabel bebas sehingga tidak dapat berdiri sendiri.

Variabel ini sering disebut output karena merupakan konsekuensi dari variabel independen.

1) Perilaku Hedonisme (Y)

2. Indikator Variabel

Indikator variabel merupakan seperangkat ukuran yang dipakai dalam menilai atau menggambarkan seberapa jauh suatu variabel bisa diidentifikasi dan diukur. Indikator berperan sebagai instrumen yang memungkinkan variabel dapat dioperasionalkan sehingga dapat diukur secara objektif. Fungsinya Mengukur variabel yang diteliti, dan Menjadi acuan dalam menilai keberhasilan penelitian, Berperan sebagai pedoman dalam analisis data,Membantu dalam validasi data penelitian, serta Mempermudah penyusunan instrumen penelitian.

**Tabel 1.3
Indikator Variabel**

Judul	Variabel	Indikator	Referensi
Pengaruh Penggunaan dan Dampak Keterlambatan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Hedonisme Pada Generasi Z(Generasi Z) Di Kabupaten Jember	Penggunaan Shopee paylater(X1)	<ul style="list-style-type: none"> a. Frekuensi penggunaan (seberapa sering Shopee Paylater dipakai) b. Dampak penggunaan (efek langsung dari penggunaan Paylater) c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan (rekомендации) 	Rizky Nur Yasin dan Sophia Marsiska, (2023) "Pengaruh Penggunaan Layanan Paylater Terhadap Perilaku Impulsif Mahasiswa Pengguna E-Commerce di Jawa Barat."

Judul	Variabel	Indikator	Referensi
	Dampak Keterlambatan (X2)	<p>dari teman atau keluarga)</p> <p>a. Beban Keuangan Tambahan (konsekuensi finansial)</p> <p>b. Perubahan gaya hidup</p> <p>c. Perubahan Pola Konsumsi (cara belanja berubah)</p>	<p>Yuyun Yulianah, (2022) "Analisa Terhadap Pengguna Aplikasi Shopee Yang Mengalami Keterlambatan Pembayaran Spaylater." <i>Jurnal Hukum Mimbar Justitia</i> 8.2 (2022): 487.</p>
	Perilaku Hedonisme(Y)	<p>a. Tabdzir (Pemborosan)</p> <p>b. Gaya hidup hedonis</p> <p>c. Membeli berdasar keinginan bukan kebutuhan</p>	<p>Riskawati Sale, Wantini, A.M. Diponegoro, (2023) Analisis Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Islam</p>

Sumber : data diolah peneliti

F. Definisi Operasional

Pemahaman operasional ialah uraian yang diaplikasikan untuk mengukur suatu variabel secara empiris melalui indikator-indikatornya. Pada penelitian ini, variabel dependen menjadi perhatian utama karena berubah akibat pengaruh variabel independen. Variabel dependen yang digunakan ialah keputusan mengaplikasikan (Y), sementara variabel independen (X) berfungsi sebagai faktor yang memengaruhi perubahan pada variabel tersebut.

1. Penggunaan Shopee paylater

Shopee adalah *platform e-commerce* asal Singapura di bawah Sea Limited (sebelumnya Garena) yang didirikan oleh Forrest Li. Setelah hadir di Singapura, Shopee memperluas layanannya ke berbagai negara di Asia

Tenggara dan Asia, termasuk Indonesia, Malaysia, Thailand, Taiwan, Vietnam, dan Filipina. Shopee juga masuk ke Brasil sebagai pasar pertama di Amerika Selatan sekaligus ekspansinya di luar Asia.²²

Shopee *PayLater* ialah layanan yang menawarkan fasilitas kredit cepat atau opsi pembayaran secara cicilan bagi para penggunanya. Dengan fitur ini, pengguna dapat mengajukan cicilan dalam jangka waktu tertentu serta memiliki kesempatan untuk meningkatkan batas kredit mereka sesuai dengan kebijakan Shopee.

Penggunaan Shopee *PayLater* berlangsung melalui tahapan yang relatif mudah, mulai dari proses pendaftaran, aktivasi, hingga pengajuan limit. Pada tahap registrasi, pengguna cukup menyiapkan Kartu Tanda Penduduk (KTP) tanpa harus melalui prosedur rumit seperti pengecekan BI atau penilaian kelayakan yang mendalam. Setelah pengajuan disetujui, sistem akan memberikan limit secara otomatis dan dapat meningkat sesuai kebijakan Shopee. Meskipun demikian, limit tersebut hanya dapat dipakai untuk bertransaksi di dalam aplikasi Shopee dan tidak dapat ditarik menjadi dana tunai.

Menurut Rismayadi, pengukuran penggunaan layanan pembayaran Shopee *PayLater* dapat diimplementasikan dengan berbagai indikator yaitu:

- a. Seberapa jauh fasilitas tersebut dimanfaatkan dalam aktivitas transaksi

²² Yasin, Rizky Nur, and Sophia Marsiska. "Pengaruh Penggunaan Layanan Paylater Terhadap Perilaku Impulsif Mahasiswa Pengguna E-Commerce di Jawa Barat." *Applied Business and Administration Journal* 2.2 (2023): 59-65. <http://journal.ebizmark.id/index.php/abaj/article/view/54>

- b. Frekuensi penggunaannya saat melakukan pembelian
- c. Kecenderungan pengguna untuk memilih layanan tersebut guna mempermudah proses pembayaran dalam setiap transaksi.²³

2. Dampak Keterlambatan

Keterlambatan pembayaran terjadi ketika peminjam tidak melunasi tagihan hingga melewati tanggal jatuh tempo. Dalam situasi tersebut, biasanya dikenakan denda sebagai bentuk sanksi. Pada layanan kredit online tanpa agunan, mekanisme penagihan umumnya dijalankan melalui digital, seperti melalui email, telepon, atau pesan WhatsApp yang sering ditangani oleh pihak ketiga.

Pada Shopee *PayLater*, denda keterlambatan ditetapkan senilai 5% atas keseluruhan tagihan. Pengguna bisa melunasi tagihan sebelum tanggal 25 setiap bulan, selama pesanan sudah berstatus selesai. Jika peminjam terlambat membayar dalam waktu yang lama, perusahaan pinjaman dapat melaporkan keterlambatan tersebut ke Biro Kredit, yang menyimpan catatan semua nasabah yang memiliki riwayat pembayaran buruk. Akibatnya, peminjam dapat memiliki catatan kredit negatif yang dapat menghambat pengajuan pinjaman di lembaga keuangan lain di masa depan. Selain itu, pengguna Shopee *PayLater* tidak dapat melakukan checkout sampai seluruh tagihan dilunasi, dan keterlambatan berulang kali dapat memengaruhi batas kredit mereka.

²³ Rismayadi et al, "Analisis Kepuasan Pengguna Shopeepaylater Menggunakan Model Delone & Mclean," *Jurnal Page 4 84 Responsif*. Vol 2(2) tahun 2020

Untuk memakai Shopee *PayLater*, pengguna harus memenuhi beberapa syarat, seperti WNI, berusia minimal 17 tahun, dan memiliki KTP. Saat mengajukan penambahan limit, metode pembayaran tidak boleh diganti dan transaksi tidak boleh dibatalkan. Layanan ini juga tidak berlaku untuk pembelian produk kategori “Voucher” atau produk digital. Kemudahan ini membuat banyak pengguna dapat memenuhi kebutuhan harian melalui transaksi di Shopee.²⁴

3. Perilaku Hedonisme

Perilaku hedonisme telah menjadi tren dalam kehidupan modern saat ini. Budaya perilaku yang fokus terhadap kenikmatan dan berfoya-foya, dengan keyakinan bahwa harta memiliki peran penting dalam kehidupan serta menjadi tolok ukur kepuasan seseorang. Individu yang menganut gaya hidup hedonis umumnya tampil modis, sangat memperhatikan penampilan, dan cenderung boros dalam pengeluaran. Penganut hedonisme biasanya berasal dari kalangan ekonomi menengah ke atas karena gaya hidup ini membutuhkan banyak materi sebagai pendukung.²⁵

Fenomena ini muncul akibat globalisasi dan kemajuan teknologi informasi. Gaya hidup hedonis yang lekat dengan kemewahan dan kesenangan semakin marak, namun tanpa disadari bisa menciptakan pengaruh buruk. Pola pikir yang kurang bijak dalam menentukan prioritas

²⁴ Rahmatika. "Pengaruh Penggunaan Paylater terhadap perilaku impulse buying pengguna e-commerce di Indonesia." *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi* 7.1 (2021): 44-57.

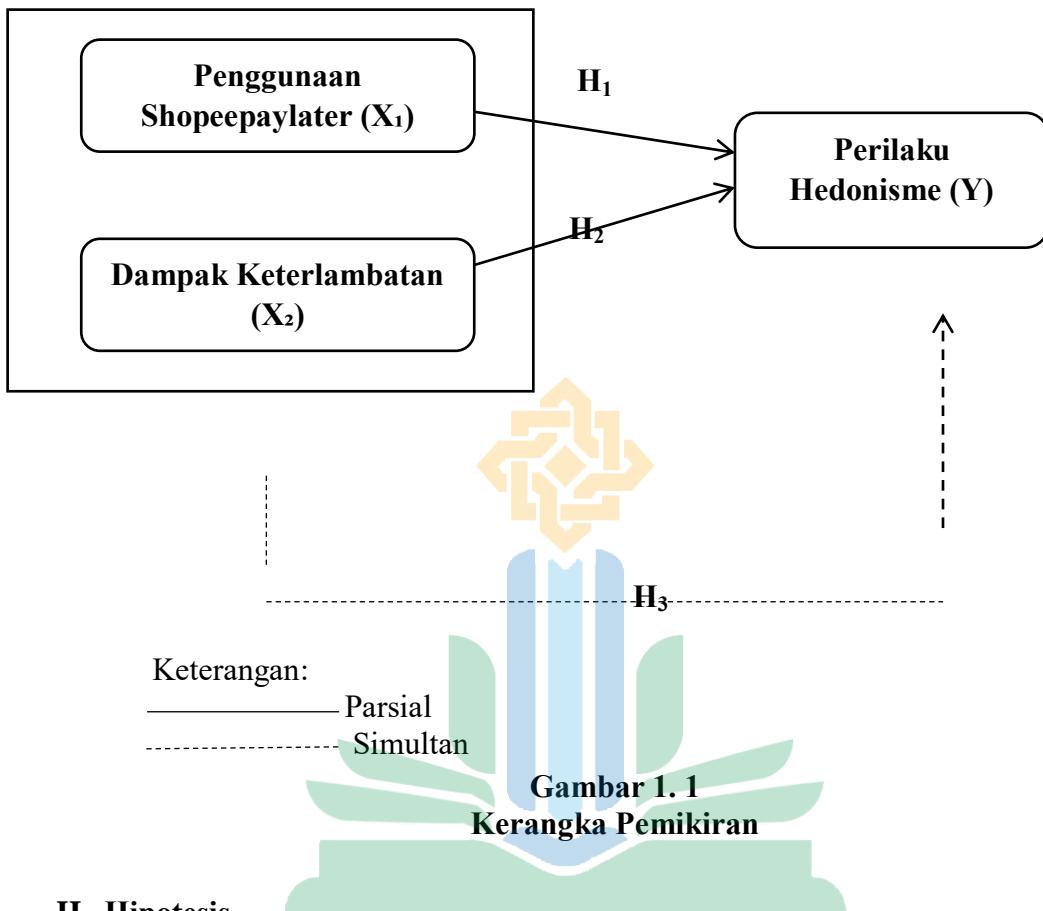
²⁵ Suryani, M., & Achiria, S. (2019). Gaya Hidup Hedonisme dalam Konsumsi Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*. Vol. 5(2): 180-182.

membuat sebagian orang menghabiskan banyak uang hanya untuk kepuasan sesaat, padahal dana tersebut bisa dialokasikan untuk kebutuhan penting atau ditabung untuk masa depan.

G. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian atau anggapan fundamental merupakan kepercayaan awal yang diperoleh sebagai kebenaran oleh peneliti dan menjadi pondasi dalam keseluruhan proses penelitian. Dengan demikian, setiap penelitian berangkat dari sejumlah asumsi yang didasarkan pada pengetahuan ilmiah. Asumsi tersebut berfungsi sebagai dugaan awal terhadap objek empiris untuk memperoleh pengetahuan, sekaligus menjadi arah dan pedoman sebelum kebenaran temuan penelitian dapat dibuktikan.

Dalam penelitian ini diasumsikan bahwa variabel Shopee *PayLater* dan Dampak Keterlambatan pembayaran memiliki pengaruh terhadap Perilaku Hedonisme pada Generasi Z di Jember. Untuk memastikan penelitian berjalan secara sistematis serta menyelaraskan pemahaman antar peneliti dan pembaca mengenai tahapan berpikir yang digunakan, peneliti menyusun kerangka penelitian berikut ini.



H. Hipotesis

Hipotesis ialah dugaan awal yang disusun mengacu pada teori dan pemikiran peneliti, yang berikutnya dianalisis kebenarannya melalui analisa.

Hipotesis berfungsi sebagai pernyataan mengenai perkiraan korelasi antar variabel independen dan dependen. Dalam hal ini, hipotesis ialah jawaban sementara atas rumusan masalah yang tetap membutuhkan pembuktian secara empiris. Sebuah hipotesis memuat beberapa unsur, seperti dugaan awal, hubungan antar variabel, dan cara pengujinya. Secara ilmiah, hipotesis disusun untuk menjelaskan suatu fenomena atau masalah tertentu, lalu diuji mengaplikasikan metode atau teknik statistik yang benar. Kehadiran hipotesis juga menjadi acuan dalam seluruh proses penelitian, terutama saat

pengumpulan dan analisis data. Dengan demikian, pemahaman mengenai makna serta tata cara perumusan hipotesis menjadi hal yang sangat krusial. Adapun hipotesis yang digunakan pada penelitian ialah berikut ini:

1. Hubungan Pengaruh Shopee *PayLater* dengan Perilaku Hedonisme

Penggunaan Shopee *PayLater* terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku hedonisme. Layanan ini semakin banyak dimanfaatkan oleh Generasi Z yang sudah terbiasa dengan teknologi dan aktivitas belanja melalui *e-commerce*. Kemudahan sistem “beli sekarang, bayar nanti” mendorong perilaku konsumtif dan hedonistik, karena banyak Gen Z membeli barang demi tren dan kesenangan, bukan kebutuhan. Akibatnya, banyak pengguna mengalami keterlambatan pembayaran yang menimbulkan beban finansial dan tekanan psikologis. Fenomena ini mencerminkan pergeseran nilai konsumsi dari rasional menjadi simbolik, serta munculnya budaya kepuasan instan yang berpotensi menimbulkan ketergantungan pada utang konsumtif. Frekuensi penggunaan Shopee *PayLater* yang semakin tinggi cenderung berkaitan dengan meningkatnya perilaku konsumtif dan kecenderungan hedonistik dalam berbelanja. Namun, temuan penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan Shopee *PayLater* dengan perilaku hedonisme. Dengan demikian, pemanfaatan Shopee *PayLater* tidak secara langsung mendorong individu untuk bersikap konsumtif maupun bersifat hedonistik.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan Shopee PayLater terhadap perilaku hedonisme.

2. Hubungan Pengaruh Dampak Keterlambatan Dengan Perilaku Hedonisme

Keterlambatan dalam konteks ini bisa merujuk pada keterlambatan pembayaran akibat penggunaan layanan kredit seperti Shopee PayLater. Perilaku hedonisme, yang ditandai dengan konsumsi berlebihan demi kesenangan sesaat, dapat meningkatkan risiko keterlambatan pembayaran. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara keterlambatan pembayaran dan perilaku hedonisme. Semakin sering seseorang mengalami keterlambatan dalam melakukan pembayaran, semakin tinggi kemungkinan mereka menunjukkan perilaku konsumtif dan hedonistik saat berbelanja.

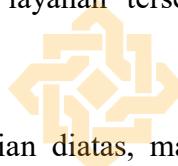
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHIMAD SIDDIQ
I E M B E R

H2: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara dampak keterlambatan terhadap perilaku hedonisme.

3. Hubungan Pengaruh shopee *paylater* dan dampak keterlambatan dengan perilaku hedonisme

Fitriani (2022) menemukan bahwa penggunaan Shopee PayLater dan gaya hidup hedonis bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, yakni sebesar 56,8%. Temuan ini menunjukkan bahwa

layanan kredit Shopee, apabila digunakan oleh individu dengan kecenderungan hedonis, dapat meningkatkan perilaku belanja berlebihan. Penggunaan PayLater dan keterlambatan pembayaran juga berkaitan dengan hedonisme, karena fitur ini memudahkan pemenuhan keinginan dan dapat memperburuk kondisi keuangan. Tanpa kontrol diri dan literasi keuangan, penggunaan layanan tersebut berpotensi memperkuat sikap konsumtif.



Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H3: Berpengaruh signifikan antara Shopee *Paylater* dan dampak keterlambatan terhadap perilaku hedonisme.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan skripsi ini disusun sebagai:

BAB I PENDAHULUAN memuat rincian mengenai latar belakang masalah, batasan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, serta kajian pustaka dari studi terdahulu. Bab ini menjadi dasar pelaksanaan penelitian sekaligus acuan dalam penyusunan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI berisi berbagai teori yang selaras dengan variabel analisis, yang disusun berdasarkan literatur ilmiah seperti jurnal, penelitian terdahulu, buku, dan dokumen resmi lainnya.

BAB III METODE PENELITIAN menafsirkan pendekatan analisis, lokasi, sumber dan teknik perolehan data, populasi dan sampel, serta metode analisis data yang dipergunakan melalui uji fokus penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN menyajikan data dan temuan penelitian yang telah dianalisis, khususnya berimplikasi pada penggunaan Shopee PayLater dan keterlambatan pembayaran atas perilaku hedonisme Generasi Z di Kabupaten Jember.

BAB V PENUTUP memuat kesimpulan hasil analisis serta rekomendasi yang dirumuskan berdasarkan temuan di lapangan.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

1. Jurnal karya Lusia Putri Aprilia, Yulius Verianto Mangku Alam, Salsabila Firdaus, dan M. Nastain berjudul "*Pengaruh Penggunaan Shopee PayLater terhadap Manajemen Keuangan Mahasiswa/I Kampus 3 Universitas Mercu Buana Yogyakarta*" membahas dampak penggunaan Shopee Paylater pada manajemen keuangan mahasiswa Kampus 3 Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Dengan metode kuantitatif deskriptif, penelitian menemukan bahwa Shopee PayLater berdampak signifikan pada pengelolaan keuangan mahasiswa, ditunjukkan oleh nilai R Square 0,818. Artinya, 81,8% variasi manajemen keuangan mahasiswa terpengaruh oleh layanan ini, sementara yang lain berasal dari faktor lain. Hasil tersebut menegaskan adanya hubungan kuat antara penggunaan PayLater dengan kemampuan mahasiswa mengatur keuangannya.²⁶
2. Jurnal yang ditulis oleh Ary Dean Amri, Mutiah, Vita Indira Sari, Rts Zakia Marlina, Khoiri Fazira, Serli Asmara dengan judul “Pengaruh penggunaan system pembayaran shopee *paylater* (bayar nanti) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa uiniversitas jambi dalam perspektif ekonomi”. menelaah pengaruh Shopee PayLater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Jambi melalui pendekatan kualitatif.

²⁶ Lusia Putri Aprilia, Yulius Verianto Mangku Alam, and Salsabila Firdaus. "Pengaruh Penggunaan Shopee PayLater terhadap Manajemen Keuangan Mahasiswa/I Kampus 3 Universitas Mercu Buana Yogyakarta." *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial* 4.1 (2024): 61-67.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa fitur tersebut berdampak signifikan dalam meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa. Dari perspektif ekonomi Islam, layanan “Bayar Nanti” dianggap memudahkan mahasiswa memenuhi kebutuhan mendesak, namun dapat memicu perilaku berlebihan jika tidak diimbangi kontrol diri dan perencanaan keuangan yang baik.²⁷

3. Jurnal yang ditulis oleh Salsadila Habiba, Sissah, dan Salsadila Habiba berjudul "Analisis Penggunaan Fitur Shopee PayLater dalam Perspektif Mahasiswa Perbankan Syariah FEBI UIN STS Jambi" mengkaji pandangan mahasiswa Perbankan Syariah FEBI UIN STS Jambi terhadap Shopee PayLater menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Hasilnya menunjukkan bahwa penggunaan PayLater mendorong peningkatan pengeluaran dan berisiko menimbulkan beban utang. Sekitar 70% responden mengaku sering membeli barang melebihi kebutuhan demi citra sosial. Penelitian juga mengidentifikasi dampak positif seperti meningkatnya kenyamanan dan kepercayaan diri, serta dampak negatif berupa pemborosan, risiko finansial, dan tekanan akibat utang.²⁸
4. Jurnal ditulis oleh Muhammad Stevan, Muhammad Zidan, Muhammad Alhaadiy Faneri, Aldi Maulana, Fitri Ayu Nofirda berjudul “Analisis Pengaruh Penggunaan Sistem *Paylater* pada Aplikasi Shopee” bertujuan untuk menelaah berbagai fitur yang *available* pada platform Shopee,

²⁷ Amri, Ary Dean. "Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee Paylater (Bayar Nanti) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Jambi Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah* (2024): 41-53.

²⁸ Habiba, Salsadila, Sissah, and Erwin Saputra Siregar. "Analisis Penggunaan Fitur Shopee Paylater Dalam Perspektif Mahasiswa Perbankan Syariah Febi Uin Sts Jambi." *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen* 1.3 (2024): 170-184.

memahami alur penggunaan layanan PayLater, serta mengidentifikasi pola pemanfaatannya oleh para pengguna melalui pendekatan kualitatif, studi pustaka serta pendekatan normatif. Temuan penelitian menunjukkan bahwa kemudahan dalam pengaplikasian layanan Shopee PayLater berkontribusi besar terhadap meningkatnya minat masyarakat untuk memanfaatkan fitur tersebut. Hal ini disebabkan oleh tampilan serta mekanisme PayLater yang mudah dipahami dan tidak menimbulkan kerumitan bagi pengguna.²⁹

5. Jurnal yang ditulis oleh Suhandoyo dan Abdurrahman berjudul “Dampak Keterlambatan Pembayaran Pengguna Shopee PayLater dalam Akad Qardh” membahas dampak kelambanan pembayaran Shopee PayLater melalui perspektif akad qardh. Melalui pendekatan kualitatif, penelitian menemukan bahwa meskipun PayLater memberikan kemudahan dengan biaya penanganan rendah, keterlambatan pembayaran menimbulkan denda 5%, penagihan melalui telepon atau email, hingga pembatasan akun. Ketentuan ini menjadi konsekuensi yang harus ditanggung pengguna ketika melewati batas jatuh tempo.³⁰
6. Jurnal yang ditulis oleh Phyta Rahima dan Irwan Cahyadi berjudul “Pengaruh Fitur Shopee PayLater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram” menjelaskan peran Shopee sebagai aplikasi yang memudahkan belanja digital dan meninjau pengaruh Shopee

²⁹ Muhammad Stevan, "Analisis Pengaruh Penggunaan Sistem Paylater pada Aplikasi Shopee." 8 (1) (1970): 1970-1974.

³⁰ Luluwatun Nazla, Rina Samsiyah Agustina, and Alda Amalia. "Transaksi Kredit Digital (Shopee Paylater) dalam Perspektif Islam." *Jurnal Ilmu Ekonomi Islam* 7.01 (2023): 14-26.

PayLater atas budaya konsumtif mahasiswa Universitas Mataram. Dengan metode korelasional, penelitian menemukan bahwa PayLater tidak memiliki pengaruh signifikan pada perilaku konsumtif mahasiswa, tergambar dari nilai koefisien determinasi yang sangat rendah (2,3%). Rendahnya pengaruh ini kemungkinan karena penggunaan PayLater saat itu belum begitu populer di kampus tersebut.³¹

7. Skripsi yang disusun oleh Muhammad Mizzanulhaq berjudul "*Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Gaya Hidup Konsumtif terhadap Minat Penggunaan Shopee PayLater pada Generasi Z: Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Indonesia*" menilai pengaruh literasi keuangan syariah dan gaya hidup konsumtif terhadap minat penggunaan Shopee PayLater pada mahasiswa UII. Menggunakan analisis regresi linier berganda terhadap 102 responden, pemilihan responden dilakukan dengan teknik *convenience sampling* atau *accidental sampling*, dengan kriteria peserta berusia 18–23 tahun dan berstatus sebagai mahasiswa Universitas Islam Indonesia, hasil penelitian menunjukkan kedua variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan PayLater, dengan nilai R^2 31,8%. Artinya, variabel tersebut menjelaskan sekitar sepertiga variasi minat penggunaan layanan tersebut.³²
8. Skripsi yang ditulis oleh Nadea Putri Precila berjudul "*Pengaruh Religiusitas, Lifestyle, dan Impulsive Buying terhadap Keputusan*

³¹ Phyta Rahima, and Irwan Cahyadi. "Pengaruh Fitur Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram." *Jurnal Manajemen Bisnis* 4.1 (2022): 39-50.

³² Muhammad Mizzanulhaq. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Gaya Hidup Konsumtif Terhadap Minat Penggunaan Paylater Pada Gen-Z: Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia. (Skripsi Universitas Islam Indonesia, 2024).

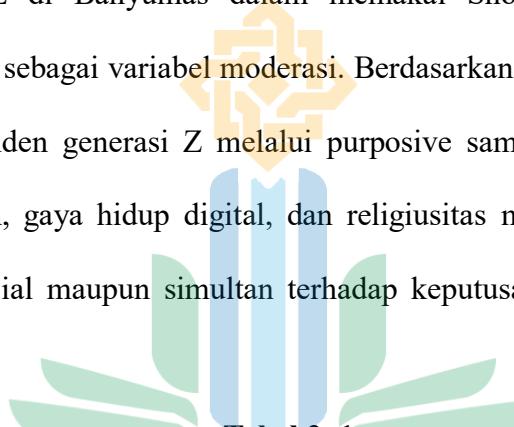
Pembelian pada Metode Pembayaran Shopee PayLater". meneliti bagaimana religiusitas, gaya hidup, dan pembelian impulsif memengaruhi keputusan konsumen menggunakan Shopee PayLater. Menggunakan metode kuantitatif dengan purposive sampling, data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis memakai regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh signifikan, sedangkan gaya hidup dan impulsive buying berpengaruh secara parsial. Namun, ketika ketiga variabel diuji secara bersamaan, semuanya tetap memberikan pengaruh terhadap keputusan penggunaan Shopee PayLater.³³

9. Jurnal karya Sinta Dwi Lestari bersama Helmi Haris berjudul "*Pengaruh Sosial, Gaya Hidup, dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Melalui Shopee PayLater pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta*" meneliti sejauh mana ketiga faktor tersebut memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa saat memakai Shopee PayLater. Dengan pendekatan kuantitatif dan teknik purposive sampling, peneliti melibatkan 150 responden yang sudah menggunakan PayLater minimal tiga kali. Hasil uji F menunjukkan bahwa pengaruh sosial, gaya hidup, dan pengendalian diri secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa ketika bertransaksi menggunakan Shopee PayLater.³⁴

³³ Arifqi Junaidi. Pengaruh Religiusitas, Lifestyle Konsumtif, dan Riba Pada Mahasiswa Muslim dan Non-muslim di Yogyakarta Terhadap Penggunaan Shopee Pay Later. (skripsi Universitas Islam Indonesia, 2024).

³⁴ Sinta Dwi Lestari,, and Helmi Haris. "Pengaruh Sosial, Gaya Hidup, Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Melalui Shopee Paylater Pada Mahasiswa Febi Uin

10. Skripsi yang ditulis oleh Lina Rizqi Amalia berjudul “*Pengaruh Kemudahan dan Gaya Hidup Digital terhadap Keputusan Penggunaan Shopee PayLater pada Generasi Z di Kabupaten Banyumas dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi*” membahas bagaimana kemudahan penggunaan dan gaya hidup digital memengaruhi keputusan Generasi Z di Banyumas dalam memakai Shopee PayLater, dengan religiusitas sebagai variabel moderasi. Berdasarkan analisis MRA terhadap 400 responden generasi Z melalui purposive sampling, seluruh variabel kemudahan, gaya hidup digital, dan religiusitas memiliki pengaruh baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan penggunaan Shopee PayLater.³⁵



Tabel 2. 1
Pemetaan Penelitian Terdahulu

No.	Judul penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Lusia Putri Aprilia, Yulius Verianto Mangku Alam, Salsabila Firdaus, M. Nastain dengan judul “Pengaruh Penggunaan Shopee PayLater terhadap Manajemen Keuangan Mahasiswa/I Kampus 3 Universitas Mercu Buana Yogyakarta” Tahun 2024	a. Keduanya meneliti pengaruh penggunaan Shopee PayLater. b. Keduanya berpotensi menggunakan metode penelitian kuantitatif, seperti survei kuesioner, untuk mengumpulkan data.	a. Penelitian kedua fokus pada "Manajemen Keuangan" sebagai variabel dependen, yang mencerminkan kemampuan individu dalam mengatur dan mengelola keuangan mereka. b. Penelitian pertama lebih menekankan pada aspek psikologis dan

Raden Mas Said Surakarta." *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 9.1 (2024).

³⁵ Amelia, Lina Rizqi. "Pengaruh Kemudahan Dan Gaya Hidup Digital Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater Pada Generasi Z Di Kabupaten Banyumas Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi." (Skripsi, UIN Sunan Kalijaga, 2020).

No.	Judul penelitian	Persamaan	Perbedaan
			perilaku konsumtif (hedonisme).
2.	Ary Dean Amri, Mutiah, Vita Indira Sari, Rts Zakia Marlina, Khoiri Fazira, Serli Asmara dengan judul “Pengaruh penggunaan system pembayaran shopee paylater (bayar nanti) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa uinversitas jambi dalam perspektif ekonomi” Tahun 2024	a. Keduanya meneliti dampak Shopee paylater terhadap perilaku konsumtif. b. Keduanya berpotensi menggunakan metode penelitian kuantitatif, seperti survei kuesioner.	a. Penelitian pertama menambahkan variabel Dampak keterlambatan pembayaran paylater. b. Penelitian kedua lebih menekankan pada aspek ekonomi dari perilaku konsumtif.
3.	Salsadila Habiba,Sissah, Salsadila Habiba dengan judul”Analisis penggunaan fitur shopee paylater dalam perspektif mahasiswa perbankan syariah febi uin sts jambi” Tahun 2024	a. Keduanya meneliti populasi mahasiswa. b. Keduanya meneliti penggunaan Shopee paylater dalam konteks keuangan.	a. Penelitian pertama menambahkan variabel Dampak keterlambatan pembayaran paylater. b. Penelitian pertama lebih menekankan pada aspek psikologis (hedonisme) dan dampak keterlambatan pembayaran.
4.	Muhammad Stevan, Muhammad Zidan, Muhammad Alhaadiy Faneri, Aldi Maulana, Fitri Ayu Nofirda dengan judul ” Analisis Pengaruh Penggunaan Sistem Paylater pada Aplikasi Shopee”Tahun 2024	a. Keduanya meneliti penggunaan sistem PayLater pada aplikasi Shopee. b. Keduanya memiliki variabel independen yang sama, yaitu penggunaan Shopee PayLater.	a. Penelitian kedua memiliki cakupan yang lebih luas. b. Penelitian pertama lebih menekankan pada aspek psikologis (hedonisme) dan dampak keterlambatan pembayaran pada generasi Z.
5.	Abdurrahman2 dengan judul “Dampak Keterlambatan Pembayaran Pengguna	a. Keduanya meneliti dampak keterlambatan pembayaran.	a. Penelitian pertama lebih menekankan pada aspek psikologis

No.	Judul penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Shopee Paylater dalam akad Qardh” Tahun 2023	b. Keduanya memiliki variabel yang relevan terkait dengan keterlambatan pembayaran dan dampaknya.	(hedonisme) dan perilaku konsumtif b. Penelitian kedua lebih menekankan pada perspektif hukum Islam, khususnya akad Qardh.
6.	Phyta Rahima, Irwan Cahyadi dengan judul” Pengaruh Fitur Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram” Tahun 2022	a. Keduanya meneliti perilaku konsumtif. b. Keduanya meneliti populasi generasi muda, yaitu Generasi Z dan mahasiswa.	a. Penelitian kedua hanya fokus terhadap pengaruh Shopee Paylater terhadap perilaku konsumtif. b. Penelitian pertama lebih menekankan pada aspek psikologis (hedonisme) dan dampak keterlambatan pembayaran.
7.	Muhammad Mizanulhaq dengan judul ” Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Gaya Hidup Konsumtif Terhadap Minat Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Gen Z: Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia”Tahun 2024	a. Keduanya meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan Shopee paylater. b. Keduanya meneliti perilaku keuangan dalam konteks penggunaan Shopee PayLater.	a. Penelitian kedua menambahkan variabel Literasi keuangan syariah dan gaya hidup konsumtif. b. Penelitian pertama lebih menekankan pada aspek psikologis (hedonisme) dan dampak keterlambatan pembayaran.
8.	Nadea Putri Precila dengan judul “ Pengaruh Religiusitas,Life style,Impulsive Buying Terhadap Keputusan Pembelian Pada Metode Pembayaran Shopee Paylater” Tahun 2023	a. Keduanya meneliti perilaku konsumen. b. Keduanya berada dalam konteks aplikasi Shopee.	a. Penelitian kedua menambahkan variabel Religiusitas, Gaya hidup, dan Impulsive buying. b. Penelitian pertama lebih menekankan pada aspek

No.	Judul penelitian	Persamaan	Perbedaan
			psikologis (hedonisme) dan dampak keterlambatan pembayaran.
9.	Sinta Dwi Lestari, Helmi Haris dengan judul "Pengaruh Sosial, Gaya Hidup dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Melalui Shopee Paylater Pada Mahasiswa Febi Uin Raden Mas Said Surakarta" Tahun 2024	a. Keduanya meneliti populasi generasi muda, khususnya mahasiswa. b. Keduanya meneliti perilaku konsumen.	a. Penelitian kedua menambahkan variabel Pengaruh Sosial, Gaya Hidup dan Pengendalian Diri. b. Penelitian pertama lebih menekankan pada aspek psikologis (hedonisme) dan dampak keterlambatan pembayaran.
10.	Lina Rizqi Amalia dengan judul "Pengaruh Kemudahan dan Gaya Hidup Digital Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater Pada Generasi Z Di Kabupaten Banyumas Dengan Regulitas Sebagai Variabel Moderasi" Tahun 2024	a. Keduanya meneliti penggunaan Shopee PayLater di kalangan Generasi Z. b. Keduanya berada dalam konteks aplikasi Shopee.	a. Penelitian kedua menambahkan variabel Kemudahan, Gaya hidup digital, dan regulitas sebagai variabel moderasi. b. Penelitian pertama lebih menekankan pada aspek psikologis (hedonisme) dan dampak keterlambatan pembayaran.

Sumber : data diolah peneliti

B. Kajian Teori

Shopee PayLater ialah mekanisme pembayaran yang ditawarkan Shopee untuk mempermudah pengguna bertransaksi, sehingga aktivitas jual beli dapat dipergunakan dengan lebih praktis dan efisien. Melalui fitur ini, korelasi antara penjual dan pembeli menjadi lebih sederhana karena seluruh

proses transaksi telah terintegrasi dan tervalidasi dalam sistem. Berdasarkan informasi dari CNBC Indonesia, PayLater merupakan layanan yang memberi kesempatan bagi pengguna untuk membeli barang dengan pembayaran secara cicilan. Fitur ini menjadi alternatif pembayaran yang membantu pengguna e-commerce yang memerlukan skema pembayaran bertahap, di mana pengelolaan cicilannya dilakukan oleh pihak penyedia layanan. Untuk dapat menggunakan fasilitas ini, pengguna biasanya diminta mengunggah foto diri, foto KTP, serta data pribadi lainnya sebagai bentuk verifikasi. Dalam ekonomi Islam, penggunaan Shopee PayLater dapat bernilai mubah ataupun haram. Layanan ini dianggap mubah jika akadnya dilakukan secara jelas dan transparan, terdapat kesepakatan yang sah antara kedua belah pihak, dan proses ijab qabul dilakukan dengan benar. Tambahan biaya yang muncul dalam transaksi juga dipandang sebagai biaya penangguhan, sehingga penggunaannya tetap dapat dibenarkan selama tidak mengandung unsur yang dilarang syariat.³⁶

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAIL ACHMAD SIDDIQ

1. Teori Perilaku Konsumen

J E M B E R

Perilaku konsumen ialah rangkaian mekanisme yang dilakukan seseorang atau kolektif ketika mencari informasi, menentukan pilihan, membeli, memakai, mengevaluasi, hingga berhenti mengaplikasikan produk atau jasa dalam mengoptimalkan kebutuhan atau keinginannya. Dengan kata lain, perilaku konsumen mencakup semua aktivitas mulai dari mengenali kebutuhan, mempertimbangkan pilihan, membuat keputusan pembelian, menggunakan produk, hingga menilai hasil setelah digunakan.

³⁶ Putri Davni dan Fernanda Sayyidatina, "Transaksi E-Commerce: Fitur Shopee Paylater dalam Perspektif Ekonomi Islam," Sharia Economic Forum Universitas Gadjah Mada, (Skripsi, UGM, 2022). <https://sef.feb.ugm.ac.id/shariarticle2201/#>

Proses pengambilan keputusan dipengaruhi oleh berbagai faktor, sehingga perilaku konsumen bukan hanya mencakup tindakan membeli, akan tetapi melibatkan pertimbangan, experienced, dan proses berpikir. Secara umum, perilaku konsumen terdiri atas tiga tahap: pra-pembelian, pembelian, dan pascapembelian. Tahap pra-pembelian, konsumen mencari serta mengumpulkan data mengenai produk atau jasa yang dibutuhkan. Selanjutnya, pada tahap pembelian, konsumen menentukan pilihan dan melakukan transaksi. Setelah itu, pada tahap pascapembelian, konsumen menggunakan produk, menilai kepuasannya, dan kemudian memutuskan untuk mempertahankan, mengganti, atau membuang produk tersebut setelah tidak lagi diperlukan.³⁷ Berikut ialah berbagai pemahaman perilaku konsumen atas dasar ahli:

- a. Kotler dan Keller menjelaskan bahwa perilaku konsumen merupakan kajian terkait bagaimana individu, kelompok, atau organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan memanfaatkan produk, jasa, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.
- b. Hasan mengungkapkan bahwa perilaku konsumen meliputi serangkaian proses saat seseorang atau sekelompok orang memilih, membeli, menggunakan, dan mengelola produk atau jasa dalam memenuhi kebutuhan maupun keinginan.
- c. Schiffman dan Kanuk menegaskan bahwa perilaku konsumen menggambarkan tahapan mulai dari pencarian informasi, keputusan pembelian, penggunaan, evaluasi pengalaman konsumsi, hingga

³⁷ Donni Juni Priansa, Perilaku Konsumen, (Bandung: Alfabeta, 2017), 186.

tindakan setelah pembelian, semuanya berorientasi pada pemenuhan kebutuhan pribadi.

Berdasarkan berbagai pendapat tersebut, perilaku pembeli bisa ditafsirkan sebagai studi mengenai bagaimana seseorang atau lembaga dalam menawarkan keputusan dalam membeli suatu produk. Perilaku ini menjadi dasar dalam proses pengambilan keputusan, di mana tingkat kepuasan atas produk akan memengaruhi besarnya permintaan: semakin tinggi kepuasan, semakin besar permintaannya, dan sebaliknya.³⁸

2. Hedonisme

Hedonisme merupakan falsafah hidup yang menempatkan kemewahan dan kenikmatan materi untuk aspek yang utama. Gaya hidup ini tampak dari kebiasaan mencari hiburan, membeli barang mewah, sering beraktivitas di luar rumah, serta keinginan untuk mendapat perhatian. Teori hedonistik menjelaskan bahwa tindakan manusia baik disadari maupun tidak, dipengaruhi berbagai faktor dan selalu diarahkan untuk mencari kesenangan serta menghindari ketidaknyamanan. Dengan demikian, *lifestyle* hedonis terinterpretasi atas pola perilaku yang dibentuk secara interaktif individu dengan lingkungannya dan tampak dalam aktivitas yang berorientasi pada kenikmatan.³⁹ Hal ini menimbulkan kegiatan di mana orang menghabiskan waktu dan uang mereka, atau biasa

³⁸ Zusrony Edwin. "Perilaku konsumen di era modern." *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik* (2021): 1-159.

³⁹ Eka Sari Setianingsih, "Wabah gaya hidup hedonisme mengancam moral anak." *Malih Peddas (Majalah Ilmiah Pendidikan Dasar)* 8.2 (2018): 139-150. <https://core.ac.uk/download/pdf/234022203.pdf>

disebut lifestyle shopping. lifestyle shopping⁴⁰ adalah Tindakan yang dilakukan pembeli yang erat kaitannya dengan opini pribadi.

Gaya hidup hedonis ditandai dengan usaha mencari kesenangan dan menghindari segala hal yang menimbulkan ketidaknyamanan. Adapun beberapa ciri dari gaya hidup hedonis adalah berikut ini:

- a. Berorientasi pada hasil instan – Cenderung fokus pada keuntungan dari hasil akhir, bukan pada proses pencapaiannya. Hal ini mendorong sikap untuk merasionalisasi atau membenarkan tindakan yang dilakukan demi mendapatkan kesenangan.
- b. Mengejar modernitas fisik – Pandangan bahwa mempunyai sumber daya teknologi tinggi ialah kebanggaan atau simbol status.
- c. Standar kenikmatan yang tinggi – Menempatkan kenikmatan pribadi pada tingkat yang jauh di atas rata-rata. Hal yang dianggap memadai atau menyenangkan oleh masyarakat umum sering kali dianggap tidak cukup bagi individu ini.
- d. Memenuhi keinginan spontan – Memiliki kecenderungan untuk memenuhi berbagai keinginan yang muncul secara tiba-tiba tanpa banyak pertimbangan.
- e. Reaksi berlebihan terhadap masalah ketika menghadapi masalah yang dianggap serius, individu merasa seolah dunia tidak berpihak kepadanya atau bahkan membencinya.

⁴⁰ Azalia, Nadia, and Dalilatun Nasuha. "Pengaruh Social Surrounding, Lifestyle Shopping, dan Hedonic Shopping Terhadap Impulse Buying Pembelian Hijab Pada Mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (JEBI)* 3.2 (2023): 153-162.

f. Ketergantungan pada uang – Uang dipandang sebagai alat penting yang harus dimanfaatkan secara maksimal, dan ada kecenderungan untuk menghabiskan uang tanpa menyisakannya untuk keperluan lain.

Menurut Women dan Minor, gaya hidup dapat dianalisis melalui tiga aspek utama yang dikenal sebagai AIO (*Activities, Interest, and Opinion*), yang digunakan untuk memahami pola gaya hidup seseorang.⁴¹

- a. Kegiatan (*Activities*) mencakup berbagai aktivitas yang dijalani konsumen, baik berupa produk yang mereka pilih dan gunakan, cara mereka memanfaatkan waktu luang, maupun aktivitas lain yang menjadi bagian dari kebiasaan serta pola hidup sehari-hari.
- b. Minat (*Interest*) berkaitan dengan preferensi, kecenderungan, serta hal-hal yang dianggap bernilai dan penting bagi konsumen. Aspek ini mencakup ketertarikan terhadap objek, fenomena, maupun topik tertentu yang menjadi fokus perhatian mereka secara berkelanjutan.
- c. Pendapat (*Opinion*) adalah pandangan, sikap, dan penilaian konsumen terhadap berbagai isu atau fenomena. Komponen ini meliputi cara konsumen menggambarkan dan menafsirkan suatu keadaan, harapan mereka terhadap peristiwa yang mungkin terjadi di masa mendatang, serta pertimbangan mengenai manfaat atau risiko dari suatu pilihan tindakan.

Secara umum, gaya hidup hedonis dikenai atas dua kelompok faktor penting, yakni faktor dari dalam dan faktor dari luar. Faktor internal

⁴¹ Arif Rahmat, Asyari Asyari, and Hesi Eka Puteri. "Pengaruh hedonisme dan religiusitas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa." *Ekonomika Syariah: Journal of Economic Studies* 4.1 (2020): 39-54.

yang mendorong seseorang untuk menjalani gaya hidup hedonis dapat dipahami berikut ini:

a. Faktor Internal

1) Sikap

Sikap ialah situasi psikologis individu yang terbentuk atas wawasan, pengalaman, dan pola berpikir dalam menanggapi suatu objek. Sikap tidak muncul begitu saja, tetapi berkembang melalui interaksi dengan tradisi, kebiasaan, budaya, serta lingkungan sosial. Faktor-faktor tersebut secara langsung memengaruhi bagaimana seseorang bertindak dan mengambil keputusan sebagai konsumen.

2) Pengalaman dan Pengamatan

Pengalaman memiliki kaitan kuat dengan proses pengamatan. Apa yang dialami seseorang di masa lalu akan memengaruhi cara ia memahami dan menilai suatu keadaan. Pengalaman tersebut juga membentuk cara individu menafsirkan lingkungan sosial, sehingga berpengaruh pada pandangan konsumen terhadap suatu objek.

3) Kepribadian

Kepribadian mencerminkan perbedaan karakter individu yang bersifat unik dan bertahan lama. Sifat ini menjadi bagian penting yang membedakan perilaku seseorang dari orang lain.

4) Konsep Diri

Konsep diri berhubungan erat dengan citra merek dari produk yang dikonsumsi. Pandangan individu terhadap dirinya sendiri memengaruhi minat mereka terhadap suatu objek. Konsep diri juga menjadi dasar kepribadian yang menentukan bagaimana individu menghadapi masalah dalam hidup, karena konsep ini menjadi kerangka awal munculnya perilaku konsumen.

5) Motif

Perilaku individu dipengaruhi oleh kebutuhan dan keinginan yang mendasari tindakannya. Konsumen yang memiliki kebutuhan untuk merasa aman dan memperoleh prestise tertentu akan cenderung mengadopsi gaya hidup hedonis jika motif terhadap prestise lebih besar.

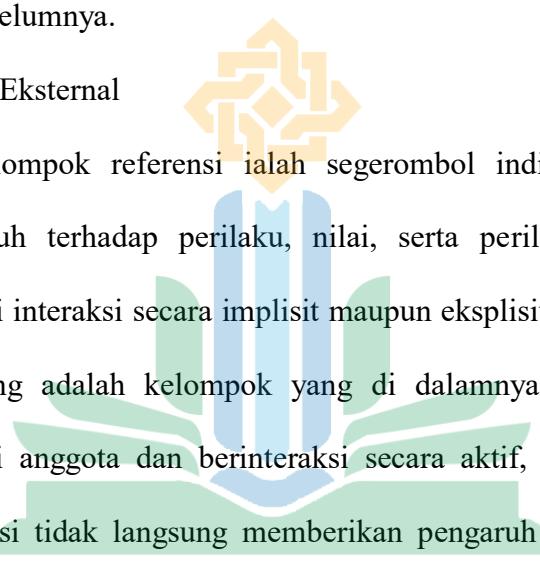
6) Persepsi

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KHALIL ACHMAD SIDDIQ

Persepsi ialah mekanisme ketika individu memandang, memahami, dan memahami dunia di sekitarnya untuk kemudian mengambil keputusan pembelian. Persepsi bukan hanya ditentukan oleh rangsangan fisik yang diterima, akan tetapi juga terpengaruh oleh kondisi internal serta lingkungan tempat individu berada. Karena itu, setiap konsumen dapat memberikan makna berbeda terhadap objek atau informasi yang sama. Perbedaan persepsi tersebut dipengaruhi oleh beberapa aspek, meliputi perhatian selektif, yaitu kecenderungan individu untuk hanya menangkap rangsangan

tertentu yang dianggap penting; distorsi selektif, yakni proses ketika individu menyesuaikan informasi agar selaras dengan keyakinan atau pandangannya; serta retensi atau pengolahan informasi, di mana individu menafsirkan informasi berdasarkan pengalaman, pengetahuan, dan prasangka yang telah dimiliki sebelumnya.

b. Faktor Eksternal



Kelompok referensi ialah segerombol individu yang memiliki pengaruh terhadap perilaku, nilai, serta perilaku konsumen, baik melalui interaksi secara implisit maupun eksplisit. Kelompok referensi langsung adalah kelompok yang di dalamnya konsumen berperan sebagai anggota dan berinteraksi secara aktif, sedangkan kelompok referensi tidak langsung memberikan pengaruh meskipun konsumen tidak termasuk dalam keanggotaan kelompok tersebut. Kedua jenis kelompok ini dapat memengaruhi preferensi, kebiasaan, dan keputusan konsumen dalam berbagai aktivitas konsumsi.

1) Keluarga

Keluarga berperan yang sangat besar untuk menciptakan sikap dan perilaku konsumen. Cara pengasuhan, nilai-nilai yang diajarkan, serta kebiasaan yang diterapkan orang tua akan memengaruhi cara anak memandang kebutuhan, keinginan, serta cara mereka membuat keputusan konsumsi.

2) Kelas Sosial

Kelas sosial menggambarkan stratifikasi dalam masyarakat berdasarkan pendidikan, pendapatan, dan gaya hidup. Kelas sosial memengaruhi kedudukan (status) seseorang di masyarakat serta peran yang dijalankannya sesuai dengan hak dan kewajibannya. Kedudukan ini bisa diperoleh melalui usaha atau diwariskan sejak lahir.

3) Kebudayaan

Kebudayaan mencakup berbagai bentuk pengetahuan, sistem kepercayaan, nilai moral, seni, hukum, tradisi, serta kebiasaan yang diperoleh seseorang selama hidup dalam suatu masyarakat. Kebudayaan menjadi pedoman berperilaku yang memengaruhi cara individu melihat, menilai, dan menentukan apa yang dianggap penting dalam kehidupan.

3. Generasi Z HAJI ACHMAD SIDDIQ

Generasi Z adalah kategori usia yang dekat dengan IPTEK dan terbiasa untuk multitasking. Mereka dapat mengirim pesan lewat ponsel, berselancar di internet melalui komputer, dan mendengarkan musik dalam satu waktu. Hampir seluruh kegiatan harian mereka terhubung dengan dunia digital. Sedari dulu telah mengenal perangkat teknologi, sehingga kedekatan dengan lingkungan digital terbentuk kuat dan membuat

teknologi menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dengan kehidupannya.⁴²

Generasi Z membawa sifat yang berbeda dibandingkan dengan generasi sebelumnya, yaitu menguasai teknologi, handal dalam perangkat digital, terampil menggunakan web, dan akrab dengan aplikasi. Mereka adalah kategori usia digital yang cakap dan fans berat teknologi informasi serta beragam aplikasi komputer. Mereka mampu dengan cepat memperoleh berbagai jenis informasi yang dibutuhkan. Selain kemahiran teknologi, mereka juga melakukan multitasking, beradaptasi untuk menyelesaikan beberapa kegiatan sekaligus. Dengan demikian, mereka cenderung menghindari proses yang berbelit-belit, lebih memilih segala sesuatunya berjalan dalam kecepatan tinggi. Karakteristik yang dimiliki Generasi Z ini menjadikannya sebagai target pasar yang menggiurkan bagi perusahaan-perusahaan di bidang teknologi finansial. Tidak mengherankan apabila sejumlah penelitian menemukan bahwa generasi muda menjadi kelompok terbesar dalam penggunaan layanan fintech. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2020, penduduk Indonesia didominasi oleh Generasi Z dan milenial. Generasi Z berjumlah sekitar 75,49 juta jiwa, atau 27,94 persen dari total populasi 270,2 juta jiwa. Besarnya jumlah penduduk dari generasi ini menciptakan beragam kebutuhan, terutama di bidang teknologi. Teknologi finansial menjadi salah satu

⁴² Sirajul Fuad, Nursyirwan Effendi, and Elva Ronaning Roem. "Perubahan perilaku komunikasi generasi milenial dan generasi z di era digital." *Satwika: Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial* 5.1 (2021): 69-87.

permintaan utama mereka, karena kelompok ini lebih menyukai aktivitas melalui smartphone.⁴³

4. Dampak Keterlambatan

Penggunaan Shopee PayLater menawarkan kemudahan bagi pengguna untuk menjalankan transaksi secara kredit. Namun, apabila tidak dikelola dengan baik, keterlambatan pembayaran dapat menimbulkan berbagai konsekuensi yang berdampak pada aspek finansial, psikologis, maupun sosial. Berikut beberapa dampak utama yang dapat muncul:⁴⁴

a. Dampak Finansial

- 1) Denda Keterlambatan – Pengguna yang lamban dalam membayar tagihan Shopee PayLater akan dikenai denda keterlambatan sejumlah 5% dari keseluruhan tagihan. Ini bisa menambah beban pembayaran yang semakin besar setiap bulannya.
- 2) Bunga dan Akumulasi Hutang – Shopee PayLater mengenakan bunga pada transaksi tertentu, dan jika pembayaran tertunda, bunga serta denda akan terus bertambah, menyebabkan beban finansial semakin besar.
- 3) Penurunan Skor Kredit (SLIK OJK) – Shopee PayLater terhubung dengan sistem pelaporan kredit di Indonesia. Jika keterlambatan sering terjadi, hal ini dapat berdampak pada skor kredit pengguna, membuat mereka kesulitan mendapatkan pinjaman di masa depan.

⁴³ Desi Arian. Gagasan Millenial & Generasi Z Untuk Indonesia Emas 2045. (Fianosa Publishing, 2020).

⁴⁴ Natalia, Ni Kadek Pingkan Putri, Anak Agung Sagung Laksmi Dewi, and Ni Made Puspasutari Ujianti. "Akibat Hukum dari Keterlambatan Pembayaran Spaylater bagi Pengguna E-Commerce Shopee." *Jurnal Preferensi Hukum* 3.1 (2022): 196-200. <https://ejournalwarmadewa.id/index.php/juprehum/article/view/4683>

b. Dampak Psikologis

- 1) Stres Finansial – Akumulasi utang dan denda bisa menyebabkan tekanan psikologis yang berujung pada kecemasan dan stres terkait keuangan.
- 2) Perasaan Bersalah dan Ketidaknyamanan – Individu yang sering terlambat membayar cenderung merasa bersalah dan tidak nyaman karena terus-menerus dikejar tagihan.
- 3) Ketergantungan pada Utang – Jika keterlambatan sering terjadi, individu mungkin menjadi terbiasa dengan utang dan tidak mencari solusi untuk mengelola keuangan dengan lebih baik.

c. Dampak Sosial

- 1) Hubungan yang Terganggu – Masalah keuangan akibat keterlambatan pembayaran bisa memengaruhi hubungan dengan keluarga atau teman, terutama jika harus meminjam uang untuk melunasi tagihan.
- 2) Dibatasi Akses ke Layanan Keuangan – Jika keterlambatan terus terjadi, pengguna bisa mendapatkan pembatasan akses ke Shopee PayLater atau layanan keuangan lainnya, seperti pinjaman bank atau kredit kendaraan.
- 3) Penagihan oleh *Debt Collector* – Jika keterlambatan pembayaran berlangsung lama, pengguna dapat menerima peringatan terus-menerus dari pihak Shopee dan, dalam beberapa kasus, berisiko menghadapi penagihan yang lebih serius.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini mengaplikasikan pendekatan asosiatif melalui kuantitatif.

Menurut Sugiyono, analisis asosiatif memiliki tujuan melihat korelasi antara dua variabel atau lebih. Pendekatan kuantitatif berlandaskan paradigma positivisme, sehingga penelitian dilakukan pada populasi atau sampel tertentu melalui instrumen terstandar dan dianalisis secara statistik.

Metode yang dipakai ialah survei melalui penyebaran kuesioner untuk memperoleh data sesuai variabel yang dikaji. Data kemudian dikelompokkan, disajikan dalam tabel, diinterpretasikan, dan diuji hipotesisnya.⁴⁵ Analisis ini berfokus pada pengaruh penggunaan Shopee PayLater (X) dan dampak keterlambatan terhadap perilaku hedonisme Generasi Z di Kabupaten Jember (Y).⁴⁶

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi ialah seluruh subjek yang mempunyai ciri khas tertentu dan cakupan analisis. Populasi penelitian ini adalah Generasi Z yang tinggal di Kabupaten Jember. Karena jumlah pastinya tidak diketahui,

⁴⁵ Sugiyono. (2019). Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D. Bandung: ALFABETA.

⁴⁶ Sugiyono.(2009). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta.

ukuran sampel dihitung menggunakan rumus Cochran yang sesuai untuk populasi besar atau tidak terdefinisi.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang terpilih untuk mewakili karakteristik keseluruhan. Analisis ini memakai *probability sampling* agar setiap anggota populasi mempunyai potensi yang sama untuk dipilih. Karena populasi tidak diketahui jumlah pastinya, penentuan sampel menggunakan rumus Cochran.⁴⁷ Kriteria responden dalam analisis ini meliputi:

- a. Generasi Z di Jember
- b. Mempunyai Shopee *Paylater*
- c. Pernah Menggunakan Shopee *Paylater*

C. Teknik Dan Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen analisis disusun untuk memperoleh informasi yang valid.

Penelitian ini mengaplikasikan:

1. Kuesioner

Data dikumpulkan melalui kuesioner berisi pertanyaan tertutup sehingga responden hanya memilih jawaban yang benar. Kuesioner tertutup dipilih karena mudah diisi dan mempermudah proses analisis.⁴⁸ Penelitian menggunakan skala Likert untuk menilai tingkat persetujuan responden terhadap setiap pernyataan, sehingga sikap atau kecenderungan responden dapat diukur secara sistematis.

⁴⁷ Sugiyono. (2019). Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D. Bandung: ALFABETA.

⁴⁸ Irawan Soehartono, Metode Penelitian Sosial, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya), 9.

Tabel 3. 1
Skala Likert

No	Alternatif Jawaban	Skor Jawaban
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Cukup Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Data diolah peneliti

2. Uji Kualitas Data

Uji kualitas data dilakukan untuk memastikan data yang digunakan valid dan reliabel.

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menilai sejauh mana suatu item dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang dimaksud. Kuesioner dianggap valid apabila dapat mengungkap hasil yang sesuai dengan tujuan pengukuran. Tujuan dari uji validitas suatu item dapat ditentukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r table. Jika r hitung lebih besar dari r table pada tingkat signifikansi 5% atau 0,05, maka item dalam kuesioner tersebut dinyatakan valid. Uji validitas digunakan untuk menilai apakah instrumen benar-benar mengukur variabel yang diteliti. Instrumen dinilai valid apabila setiap butir pertanyaan mampu mewakili konstruknya. Jika nilai validitas rendah, instrumen dianggap kurang tepat dan tidak layak digunakan.⁴⁹

⁴⁹ Ghozali, I. Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23. (Semarang: Badan Penerbit bUniversitas Diponegoro 2018)

b. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen tersebut dapat digunakan sebagai alat ukur yang tepat bagi responden. Instrumen yang layak digunakan harus memenuhi kriteria reliabilitas agar data yang diperoleh dapat dipercaya dan dianggap valid untuk penelitian. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan metode Cronbach's Alpha, terutama ketika terdapat lebih dari dua pilihan jawaban. Berdasarkan hasil analisis data menggunakan SPSS, suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,60$, yang menunjukkan bahwa instrumen tersebut memiliki konsistensi dalam pengukurnya. Uji reliabilitas bertujuan mengukur konsistensi instrumen. Instrumen disebut reliabel apabila menghasilkan data yang stabil ketika digunakan pada pengukuran yang sejenis. Uji ini memastikan bahwa instrumen dapat dipercaya dalam proses analisis dan penarikan kesimpulan.

D. Analisis Data

Analisis data dilakukan setelah seluruh data terkumpul. Tahap ini mencakup pengelompokan data berdasarkan variabel dan karakteristik responden, penyajian dalam tabel, serta perhitungan statistik untuk menjawab rumusan masalah. Data primer kemudian diolah menggunakan SPSS. Uji yang dilakukan meliputi:⁵⁰

⁵⁰ Roni Andespa. Metodologi Penelitian Bisnis, (Pekanbaru: Alaf Riau, 2011), 5.

a. Uji Asumsi Klasik

Uji ini memastikan data memenuhi syarat sebelum dilakukan regresi, sehingga hasil model dapat dinilai akurat.

1) Uji Normalitas

Digunakan untuk melihat apakah residual berdistribusi normal.

Normalitas diperlukan agar uji t dan uji F valid. Residual dinilai normal jika pola distribusinya menyerupai kurva lonceng.⁵¹

2) Uji Multikolinieritas

Uji ini menilai apakah antarvariabel independen memiliki korelasi tinggi. Jika terjadi multikolinieritas, koefisien regresi menjadi tidak stabil dan sulit diinterpretasikan.

3) Uji Heteroskedastisitas

Digunakan untuk melihat apakah varians residual sama pada setiap nilai pengamatan. Uji Glejser digunakan untuk mendeteksinya dan model dinilai bebas heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi > 0,05.

b. Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk melihat pengaruh lebih dari satu variabel independen terhadap variabel dependen. Persamaannya:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Perilaku Hedonisme

⁵¹ Muri Yusuf, Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif Dan Penelitian Gabungan, Edisi Pertama (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), 222.

α = Konstanta

β_1 = Koefisien untuk X1

β_2 = Koefisien untuk X2

X1 = Variabel Penggunaan Shopee Paylater

X2 = Variabel Dampak Keterlambatan

e = Standar error

c. Uji Hipotesis

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah.

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji F menilai pengaruh seluruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen, dengan hasil ditampilkan melalui tabel ANOVA.

d. Koefisien Determinasi

R^2 menunjukkan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai mendekati 0 menunjukkan kemampuan penjelasan rendah, sedangkan nilai mendekati 1 menandakan model memiliki kemampuan prediktif yang kuat.⁵²

⁵² Imam Ghazali, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26, 10th edn (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 8), 147

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Kondisi Ekonomi Jember

Jember merupakan kota dengan kondisi sektor pertanian, perkebunan, dan jasa yang mendominasi perekonomiannya dan saat ini sedang bertransisi menuju ekonomi digital. Dengan pengeluaran rumah tangga yang menyumbang 70,16% dari perekonomian, pertumbuhan ekonomi Jember pada tahun 2024 mencapai 4,86%. Meskipun demikian, Jember masih menghadapi masalah sosial-ekonomi, termasuk kemiskinan yang terus berlanjut dan inflasi, yang berhasil dikendalikan pada Juli 2025 sekitar 2,02%. Data terbaru mengenai tingkat pengeluaran menunjukkan pertumbuhan budaya konsumtif, khususnya pada generasi muda dan konsumen *e-commerce*. Pada Mei 2025, pengeluaran Jember untuk olahraga, hiburan, rekreasi, dan budaya meningkat sekitar 0,27%, menunjukkan peningkatan di bidang-bidang non-esensial yang terkait dengan rekreasi dan gaya hidup.⁵³

Pengeluaran tersebut dapat dikaitkan dengan pembelian yang dilakukan melalui Shopee *PayLater* sebagai metode pembayaran *e-commerce*, hal ini menunjukkan kecenderungan menuju konsumerisme dan hedonisme, yang mendorong konsumsi barang berlebihan. Pembelian yang impulsif dilakukan secara langsung menggunakan opsi cicilan.

⁵³ Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember (BPS), “Perkembangan Indeks Harga Konsumen (IHK) Kabupaten Jember bulan Februari 2025,” diakses 12 Oktober 2025.

Perilaku tersebut memiliki dampak gaya hidup hedonistik atas pola pembelian berlebihan pada *e-commerce*, yang umum terjadi di Jember, terutama di kalangan pengguna *PayLater* yang memungkinkan pembelian berdasarkan kebahagiaan instan semata daripada mengutamakan kebutuhan esensial.

2. Kondisi Shopee Di Jember

Shopee merupakan satu diantara aplikasi *e-commerce* teratas di Indonesia, atas pangsa pasar nasional senilai 39% pada tahun 2025, yang lebih tinggi dibandingkan pesaingnya seperti Tokopedia dan Lazada. Di wilayah Jember, Shopee telah berkembang pesat sebagai tempat utama untuk berbelanja online, terutama untuk barang-barang rumah tangga dan fashion, yang merupakan kategori terbesar. Alasan utama peningkatan penjualan di Shopee di Jember adalah strategi promosinya, seperti diskon dan cashback, yang menarik orang lebih sering transaksi.⁵⁴

Masyarakat Jember juga semakin banyak menggunakan metode pembayaran digital seperti Shopee *PayLater*, yang memudahkan mereka berbelanja tanpa perlu kartu kredit tradisional. Hal tersebut sejalan dengan tren yang berkembang di mana orang menikmati berbelanja untuk kesenangan dan kepuasan instan, menggunakan *e-commerce* dalam memaksimalkan kebutuhan emosional dan *lifestyle* mereka melalui pembelian yang cepat dan impulsif. Kombinasi penawaran menarik dan opsi pembayaran yang mudah telah membantu Shopee menjadi pilihan

⁵⁴ Naylul Nabila, Roro Aditya Novi Wardhani, dan Nike Norma Epriliyana, “Pengaruh Diskon Dan Cashback Terhadap Frekuensi Pembelian Pada Aplikasi Shopeefood Di Wilayah Kabupaten Jember,” *Jurnal Partisipatoris* 7, no. 1 (2025): 62-71.

utama di Jember, dan menjaga kepuasan pengguna tetap menjadi fokus utama untuk perbaikan.⁵⁵

3. Penggunaan Shopee Paylater

Shopee PayLater ialah fitur pembayaran yang menyediakan pinjaman instan dengan bunga yang relatif kompetitif. Setelah bertransaksi, pengguna wajib membayar tagihan sesuai tenor yang dipilih melalui aplikasi. Layanan ini bekerja sama dengan PT Lentera Dana Nusantara dan PT Commerce Finance, dua lembaga yang berizin dan pengawasan oleh OJK, sehingga operasionalnya sesuai ketentuan pemberian dan menjamin perlindungan konsumen. Fitur ini hanya diberikan kepada pengguna yang memenuhi syarat, yaitu memiliki akun terdaftar, telah terverifikasi, dan aktif bertransaksi setidaknya selama tiga bulan.⁵⁶

Selain kriteria riwayat akun, pembaruan aplikasi Shopee ke versi terkini juga menjadi syarat wajib yang harus dipenuhi oleh pelanggan. Setelah seluruh kriteria terpenuhi, pelanggan kemudian dapat memilih opsi Shopee PayLater untuk menyelesaikan pembelian barang. Ketersediaan opsi pembayaran PayLater di laman transaksi secara langsung mengindikasikan bahwa akun pelanggan telah secara otomatis disetujui dan layak menggunakan layanan kredit tersebut. Sebaliknya, jika opsi

⁵⁵ Hafidhotul Karomah, Haifah, Hamzah Fansury Jusuf, “Pengaruh Kepercayaan, Promosi, Kemudahan, Resiko, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian menggunakan Shopee Paylater (Studi Kasus Mahasiswa ITS Mandala Jember),” *Journal Educational Research and Development* 2, no. 1 (2025).

⁵⁶ Adinda Putri Fauziah dan Natasya Diva Naomi, “Fenomena Belanja Online: Kasus Pengguna Fitur Shopee PayLater. Saskara,” *Indonesian Journal of Society Studies*, 2 no. 2 (2022).

PayLater tidak muncul, hal tersebut menandakan bahwa pelanggan belum memenuhi standar kelayakan yang ditetapkan oleh Shopee.

Pengguna Shopee *PayLater* juga memiliki kesempatan untuk meningkatkan batas pinjaman mereka. Besaran peningkatan tersebut ditentukan oleh informasi profesi yang dipilih pelanggan pada saat proses pendaftaran. Melalui aplikasi, pelanggan bisa melakukan batasan hingga 1,8 juta hanya menekan tombol “*Implement*”. Selama fasilitas Shopee *PayLater* tidak digunakan, pelanggan tidak akan dikenakan biaya apa pun. Selain itu, transaksi menggunakan *PayLater* tidak mensyaratkan jumlah pembayaran minimum, pelanggan dapat menyelesaikan proses checkout sepanjang limit pinjaman mencukupi dan tidak terdapat tunggakan pembayaran sebelumnya.

B. Penyajian Data

Penyajian data ialah tahap penting dalam analisis karena memaparkan secara jelas informasi yang telah dikumpulkan. Analisis ini digunakan metode survei melalui kuesioner atas instrumen utama. Kuesioner disusun melalui Google Form dan berisi 9 pertanyaan, masing-masing 3 butir variabel Penggunaan Shopee *PayLater* (X1), 3 butir variabel Dampak Keterlambatan (X2), dan 3 butir variabel Perilaku Hedonisme (Y). Kuesioner tersebut kemudian dibagikan kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian:

1. Generasi Z di Jember
2. Mempunyai Shopee *Paylater*
3. Pernah Menggunakan Shopee *Paylater*

Jumlah responden dalam penelitian ini dihitung menggunakan rumus Cochran karena populasi tergolong sangat besar dan tidak diketahui secara pasti. Berdasarkan perhitungan:

$$n = \frac{z^2 p q}{e^2}$$

$$n = 1,96^2 \times 0,5 \times (1-0,5)$$

$$n = 96,04$$

Dari hasil tersebut, jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 96 responden. Namun, pada pelaksanaannya jumlah tersebut dibulatkan sehingga penelitian ini melibatkan 100 responden. Adapun gambaran responden yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Penelitian ini melibatkan 100 responden dengan rincian sebagai berikut:

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
Tabel 4.1
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	F	%
Laki-laki	19	19%
Perempuan	81	81%

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2025
Mengacu informasi tersebut, lebih dari 80% responden berjenis kelamin perempuan. Kondisi ini salah satunya disebabkan karena dominasi pengguna perempuan pada Shopee *PayLater*. Dengan demikian, total responden perempuan jauh lebih tinggi dibandingkan laki-laki.

2. Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Shopee Paylater

Analisis ini melibatkan 100 responden yang dikelompokkan berdasarkan lama penggunaan Shopee PayLater, yakni 1–5 tahun dan lebih dari 5 tahun. Hasil pengelompokan tersebut disajikan pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2
Responden berdasarkan Lama penggunaan Shopee paylater

Lama Penggunaan	F	%
Kurang dari 1 tahun	9 orang	9 %
1-5 tahun	78 orang	78%
Lebih dari 5 tahun	12 orang	12%

Sumber : diolah oleh peneliti, 2025

Mengacu tabel tersebut, sebanyak 9% responden baru menggunakan Shopee PayLater kurang dari satu tahun. Mayoritas responden telah memakai layanan ini selama 1–5 tahun, sedangkan pengguna dengan durasi lebih dari 5 tahun berjumlah 12 orang. Dengan demikian, rentang penggunaan terbanyak berada pada kategori 1–5 tahun.

C. Analisis dan Pengujian Hipotesis

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas diaplikasikan dalam menilai sejauh mana indikator dapat mengukur variabel penelitian secara tepat. Tujuannya adalah memastikan konsep yang dikaji betul-betul terwakilkan oleh pertanyaan.

Pengujian dilaksanakan melalui perbandingan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Suatu item dikatakan valid jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} .

tabel. Nilai r *tabel* dihitung atas dasar derajat kebebasan (df) dengan rumus: $df = n - 2$

Melalui total responden 100 orang, df diperoleh sebesar 98. Pada tingkat signifikansi 5%, nilai r *tabel* adalah 0,1966. Dengan demikian, suatu item dianggap valid jika nilai r *hitung* melebihi 0,1966. Hasil uji validitas lengkap untuk seluruh item pertanyaan ditampilkan pada tabel berikut.



Tabel 4. 3

Hasil Pengujian Vaditas Variabel Penggunaan Shopee paylater (X1)

No.	Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	X1.1	0,791	0,1966	Valid
2	X1.2	0,873	0,1966	Valid
3	X1.3	0,854	0,1966	Valid

Sumber : diolah oleh peneliti, 2025

Mengacu hasil uji validitas, item X1.1 memiliki nilai korelasi sebesar 0,791, yang berarti lebih tinggi dari nilai r *tabel* 0,1966. Dengan demikian, item X1.1 dinyatakan valid. Seluruh item lain pada variabel Penggunaan Shopee PayLater (X1) juga menunjukkan nilai r *hitung* yang melampaui r *tabel*, sehingga semua butir pertanyaan pada variabel X1 dapat dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 4. 4 Hasil pengujian Validitas Dampak Keterlambatan (X2)

No.	Item pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
1.	X2.1	0,803	0,1966	Valid
2.	X2.2	0,907	0,1966	Valid
3.	X2.3	0,871	0,1966	Valid

Sumber : diolah oleh peneliti, 2025

Mengacu hasil pada tabel sebelumnya, item X2.1 memperoleh nilai korelasi 0,803, lebih tinggi dari r tabel 0,1966. Pola yang sama terlihat pada seluruh butir pertanyaan variabel X2, karena semuanya mempunyai r hitung yang melampaui r tabel. Dengan demikian, seluruh item pada variabel Dampak Keterlambatan (X2) dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen kajian.

**Tabel 4. 5
Hasil Pengujian Validitas Perilaku Hedonisme (Y)**

No.	Item Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
1.	Y1	0,905	0,1966	Valid
2.	Y2	0,898	0,1966	Valid
3.	Y3	0,908	0,1966	Valid

Sumber : diolah oleh peneliti, 2025

Merujuk data pada Tabel 4.5, seluruh item pada variabel Perilaku Hedonisme (Y) menunjukkan nilai korelasi yang tinggi. Item Y1, misalnya, memiliki nilai korelasi 0,905, jauh melampaui r tabel 0,1966. Hal yang sama ditunjukkan oleh item-item lainnya, karena seluruh r hitung tercatat lebih besar dari r tabel. Dengan demikian, seluruh butir pertanyaan pada variabel Y dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen menghasilkan data yang konsisten. Instrumen dikatakan reliabel apabila jawaban responden cenderung stabil ketika diukur pada situasi yang sama. Pada penelitian ini, reliabilitas dianalisis mengaplikasikan Cronbach's Alpha dengan rentang nilai 0–1. Suatu variabel dianggap

reliabel jika nilai alpha melebihi 0,60, sedangkan nilai di bawah itu menunjukkan bahwa instrumen belum cukup konsisten.

Tabel 4. 6
Output Uji Reliabilitas Usability Quality (Summary)
Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Tabel 4. 7
Output Uji Reliabilitas Usability Quality (Statistic)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.915	9

Berdasarkan tabel *Case Processing Summary*, jumlah data yang diolah dalam uji reliabilitas sebanyak 100 responden, sesuai dengan total sampel penelitian. Pada tabel *Reliability Statistics*, nilai Cronbach's Alpha tercatat sebesar 0,915 dengan 9 butir pernyataan. Nilai ini jauh melampaui batas minimum 0,60, sehingga instrumen dinyatakan sangat reliabel. Hasil lengkap uji reliabilitas tiap variabel dapat dilihat pada Tabel 4.8.

Tabel 4. 8
Hasil Pengujian Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Standarisasi	Keterangan
1	Penggunaan Shopeepay (X1)	0,907	0,60	Reliabel
2	Dampak Keterlambatan (X2)	0,902	0,60	Reliabel
3	Perilaku Hedonisme (Y)	0,904	0,60	Reliabel

Sumber : diolah oleh peneliti, 2025

Hasil uji reliabilitas dengan metode Cronbach's Alpha menunjukkan bahwa variabel penggunaan Shopee PayLater (X1)

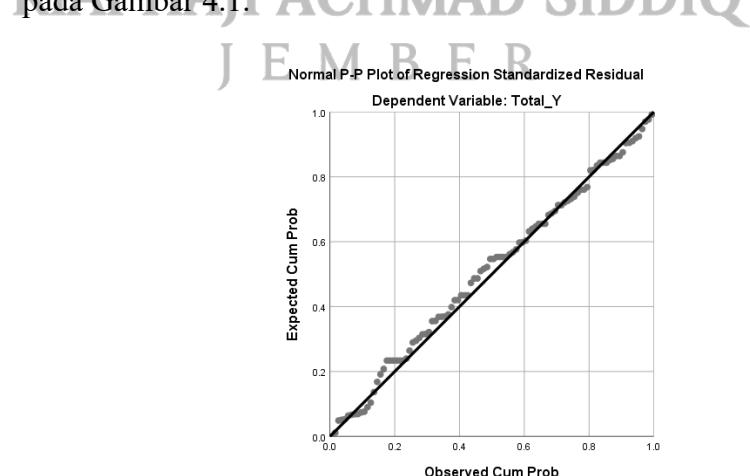
memiliki nilai 0,907, sehingga seluruh item dinyatakan reliabel.

Variabel dampak keterlambatan (X2) juga memenuhi kriteria reliabilitas dengan nilai 0,902. Hal yang sama berlaku untuk variabel perilaku hedonisme (Y), yang memperoleh nilai 0,904. Seluruh nilai tersebut berada di atas batas minimum 0,60, sehingga ketiga variabel dapat dinyatakan reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

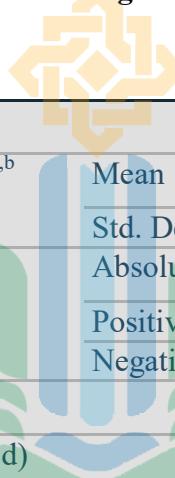
Uji normalitas digunakan untuk memastikan data berdistribusi normal. Pengujian dilakukan melalui *Probability Plot* dan uji Kolmogorov–Smirnov. Pada *Probability Plot*, data dinilai normal apabila titik-titik mengikuti garis diagonal. Sementara itu, pada Kolmogorov–Smirnov, data dianggap normal jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Tampilan hasil *Probability Plot* dapat dilihat pada Gambar 4.1.



Gambar 4. 1
Hasil Uji Grafik Normal *Probability Plot*
Sumber : Data Kuesioner, diproses menggunakan SPSS

Berdasarkan Gambar 4.1, titik-titik pada *Probability Plot* tampak mengikuti garis diagonal. Sehingga, data dapat disimpulkan berdistribusi normal. Adapun hasil uji Kolmogorov-Smirnov ditampilkan pada Tabel 4.9.

Tabel 4.9
Hasil Uji Normalitas Kormogrov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test



	Unstandardize d Residual
N	100
Normal Parameters ^{a,b}	
Mean	.0000000
Std. Deviation	2.53188819
Most Extreme Differences	
Absolute	.061
Positive	.036
Negative	-.061
Test Statistic	.061
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2025

Mengacu hasil uji Kolmogorov-Smirnov, nilai signifikansi (Asymp. Sig.) sebesar 0,200, yang berarti lebih tinggi dari 0,05. Sehingga, residual pada model regresi dinyatakan berdistribusi normal, sehingga analisis mengenai dampak Penggunaan Shopee PayLater dan Dampak Keterlambatan terhadap Perilaku Hedonisme pada Gen Z di Kabupaten Jember dapat dilanjutkan ke tahap regresi.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas mempunyai tujuan memastikan variabel independen tidak terdapat hubungan linear yang terlalu tinggi. Pengujian dilakukan melalui nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Model dinyatakan bebas multikolinieritas apabila nilai

VIF berada di bawah 10 dan Tolerance lebih dari 0,1. Hasil uji multikolinieritas tercantum pada Tabel 4.10.

**Tabel 4. 10
Hasil Uji Multikolinieritas**

Model	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
X1	0,390	2,563
X2	0,390	2,563

Sumber data: diolah oleh peneliti, 2025

Mengacu hasil uji multikolinearitas pada Tabel 4.10, variabel

Penggunaan Shopee PayLater (X1) dan Dampak Keterlambatan Pembayaran (X2) masing-masing memiliki nilai Tolerance sebesar 0,390, yang berada di atas batas 0,1. Nilai VIF keduanya juga sebesar 2,563, jauh di bawah batas 10. Dengan demikian, model regresi dinyatakan bebas dari persoalan multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan varians residual pada model regresi (Ghozali, 2018). Penelitian ini menggunakan uji Glejser, di mana model dikatakan bebas heteroskedastisitas apabila nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05. Hasil pengujian selengkapnya disajikan pada Tabel 4.11.

**Tabel 4. 11
Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Model	Signifikansi
(Constant)	0,000
Penggunaan Shopee Paylater (X1)	0,981
Dampak Keterlambatan (X2)	0,414

Sumber data : diolah oleh peneliti, 2025

Hasil uji heteroskedastisitas memperlihatkan variabel Penggunaan Shopee PayLater (X1) mempunyai nilai signifikansi 0,981, sementara variabel Dampak Keterlambatan (X2) mempunyai nilai 0,414. Karena kedua nilai tersebut berada di atas 0,05, ditarik kesimpulan bahwa model tidak terjadi heteroskedastisitas. Dengan demikian, varians residual dianggap homogen.

3. Uji Hipotesis

a. Uji t (Uji parsial)

Uji t dijalankan untuk melihat dampak masing-masing variabel independen atas variabel dependen secara terpisah. Pengujian dilaksanakan melalui dua cara. Pertama, membandingkan nilai t hitung dengan t tabel: jika t hitung lebih besar dari t tabel, maka H_0 ditolak dan variabel tersebut dinyatakan berpengaruh. Sebaliknya, jika t hitung lebih kecil dari t tabel, H_0 diterima. Cara kedua menggunakan nilai signifikansi. Nilai $Sig. < 0,05$ menunjukkan adanya dampak yang signifikan, sementara $Sig. > 0,05$ berarti tidak ada pengaruh.

pada analisis ini terdapat 100 responden, sehingga nilai t tabel ditentukan pada taraf signifikansi 0,025 (uji dua arah) melalui derajat kebebasan $df = n - k - 1 = 100 - 2 - 1 = 96$. Atas perhitungan tersebut diperoleh t tabel sebesar 1,98498. Hasil uji t selengkapnya tercantum pada Tabel 4.12.

**Tabel 4. 12
Hasil Uji t**

Variabel	t	sig	Keterangan
Penggunaan Shopee Paylater (X1)	3,026	0,003	Signifikan
Dampak Keterlambatan (X2)	5,404	0,000	Signifikan

Sumber data : diolah oleh peneliti, 2025

Hasil uji t analisis ini dapat dipahami berikut ini:

- 1) Variabel Penggunaan Shopee PayLater (X1) mempunyai nilai signifikansi 0,003 ($< 0,05$) dan t hitung sebesar 3,026, yang lebih besar daripada t tabel 1,98498. Hal ini menunjukkan bahwa X1 berpengaruh signifikan terhadap perilaku hedonisme (Y).
- 2) Variabel Dampak Keterlambatan (X2) juga menunjukkan pengaruh signifikan, dengan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$) dan t hitung 5,404, yang melampaui t tabel 1,98498.

b. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk menilai apakah kedua variabel independen secara bersama-sama memengaruhi variabel dependen. Pengujian diaplikasikan melalui perbandingan F hitung dengan F tabel serta melihat nilai signifikansi. Model dinyatakan signifikan apabila F hitung lebih besar dari F tabel dan nilai signifikansi berada di bawah 0,05.

Dengan jumlah responden 100 orang, nilai F tabel pada taraf signifikansi 0,05 dan derajat kebebasan ($k = 2$; $n - k = 98$) adalah 3,09. Hasil uji F ditampilkan pada Tabel 4.13.

Tabel 4. 13
Hasil uji F (Simultan)

Model	f	Sig
Regression	741,322	0,000

Sumber:diolah oleh peneliti, 2025

Mengacu hasil uji F, nilai F hitung sebesar 741,322 terbukti jauh

lebih besar daripada F tabel 3,09. Nilai signifikansi juga berada pada angka 0,000, lebih kecil dari 0,05. Konteks tersebut memperlihatkan bahwa variabel Penggunaan Shopee PayLater (X1) dan Dampak Keterlambatan (X2) secara simultan berdampak signifikan pada Perilaku Hedonisme (Y).

4. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda diaplikasikan dalam melihat dampak lebih dari satu variabel independen atas variabel dependen. Metode ini membantu menilai kontribusi masing-masing variabel bebas sekaligus pengaruhnya secara keseluruhan. Pada penelitian ini, pengolahan data dijalankan melalui SPSS versi 25. Hasil lengkap analisis regresi linier berganda terlihat pada Tabel 4.14.

Tabel 4. 14
Hasil Analisis Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	2.580	.182	14.185	.000
	X1	.095	.032	.122	3.026
	X2	.665	.031	.871	21.616

a. Dependent Variable: Y

Mengacu hasil regresi tersebut, persamaan regresi linier berganda dalam analisis ini ialah berikut ini:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 2,580 + 0,095 X_1 + 0,665 X_2$$

Dari persamaan tersebut dapat dipahami berikut ini:

- a. Nilai konstanta (α) sebesar 2,580. Nilai ini memperlihatkan bahwa ketika variabel penggunaan Shopee PayLater (X_1) dan dampak keterlambatan (X_2) berada pada kondisi konstan, maka nilai perilaku hedonisme (Y) adalah 2,580.
- b. Koefisien regresi variabel penggunaan Shopee PayLater sebesar 0,095. Artinya, satu peningkatan satu satuan pada variabel penggunaan Shopee PayLater (X_1) akan meningkatkan perilaku hedonisme sebesar 0,095 (9,5%), dengan asumsi variabel X_2 berada pada kondisi tetap.
- c. Koefisien regresi variabel dampak keterlambatan (X_2) adalah 0,665. Artinya, jika variabel penggunaan Shopee PayLater dianggap konstan, maka peningkatan satu satuan pada variabel dampak keterlambatan (X_2) akan meningkatkan perilaku hedonisme sebesar 0,665 (66,5%).

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi diaplikasikan untuk melihat sejauh mana kapasitas model dalam menafsirkan variasi variabel dependen. Nilai R^2 berada pada kisaran 0 hingga 1; semakin mendekati 1 berarti model semakin baik. Hasil perhitungan R^2 ditampilkan pada Tabel 4.15.

Tabel 4. 15
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.961 ^a	.924	.923	.71620

Sumber data : diolah oleh peneliti, 2025

Mengacu tabel tersebut, nilai Adjusted R Square sebesar 0,923 atau 92,3%. Artinya, variabel penggunaan Shopee PayLater (X1) dan dampak keterlambatan (X2) dapat menafsirkan 92,3% variasi yang terjadi pada perilaku hedonisme (Y). Sisanya, yaitu 7,7%, terpengaruh atas faktor lain di luar model kajian ini.

D. Pembahasan

1. Pengaruh Penggunaan Shopee *Paylater* Terhadap Perilaku Hedonisme pada Generasi Z (Gen Z) di Kabupaten Jember.

Pada era digital seperti saat ini, penggunaan aplikasi guna memudahkan proses jual beli menjadi hal yang lumrah dilakukan. Salah satunya adalah penggunaan Shopee *Paylater* sebagai salahsatu aplikasi kredit yang popular dikalangan remaja atau generasi z. Hasil regresi menunjukkan bahwa penggunaan Shopee PayLater (X1) memiliki koefisien 0,095 yang berarti berdampak positif atas perilaku hedonisme. Nilai signifikansi 0,003 dan nilai t hitung 3,026 membuktikan bahwa pengaruh tersebut signifikan. Namun, besarnya koefisien menunjukkan bahwa kontribusi penggunaan Shopee PayLater terhadap perilaku hedonisme tergolong kecil.

Hasil penelitian ini dapat dipahami dari kecenderungan orang ketika berbelanja dengan menggunakan sistem “bayar nanti”. Ketika pembayaran tidak dilakukan di saat yang sama dengan transaksi, seseorang biasanya merasa lebih ringan dalam mengambil keputusan. Ketika hambatan pembayaran berkurang, keputusan membeli suatu barang cenderung didasarkan oleh perasaan ingin mencoba, mengikuti tren, atau sekedar mencari kesenangan sesaat. Terutama pada generasi Z yang sejak kecil akrab dengan teknologi dan terbiasa dengan akses serba cepat dan praktis, keberadaan fitur Shopee PayLater membuat mereka lebih mudah memenuhi keinginan tanpa mempertimbangkan urgensi maupun manfaat jangka panjang. Hal inilah yang pada akhirnya mendorong meningkatnya perilaku hedonisme.

Penelitian ini konsisten dengan temuan Urai Febri Tri Fitri (2024)

yang mengungkapkan bahwa penggunaan Shopee PayLater berdampak positif dan signifikan atas perilaku hedonisme, terutama karena keputusan finansial konsumen dapat memicu kecenderungan hedonis pada generasi muda. Namun, hasil ini berbeda dengan penelitian Anggita dkk. (2023) yang mengemukakan bahwa Shopee PayLater tidak berdampak signifikan pada perilaku hedonisme dan bahwa perilaku hedonis lebih dipengaruhi faktor internal. Selain itu, penelitian Ningsih dkk. (2025) menunjukkan bahwa barang yang paling sering dibeli melalui Shopee PayLater adalah produk tersier seperti pakaian, sepatu, dan aksesoris. Konteks ini menggambarkan bahwa pengimplementasian layanan paylater banyak

diarahkan pada pembelian barang konsumtif yang berpotensi mendorong perilaku hedonisme. Pembelian barang-barang tersier ini cenderung disebabkan karena gaya hidup konsumtif dan pencitraan diri yang sesuai dengan tren media social guna mengikuti perubahan fashion yang semakin berkembang pesat di Indonesia. Sehingga penggunaan media social turut memiliki andil cukup besar yang menambah penggunaan shopee paylater sebagai media pembayarannya.

2. Pengaruh Dampak Keterlambatan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Hedonisme pada Generasi Z (Gen Z) di Kabupaten Jember.

Hasil regresi linier berganda memperlihatkan variabel dampak keterlambatan Shopee PayLater berdampak baik dan signifikan atas perilaku hedonisme. Artinya, setiap kenaikan 1% pada variabel ini terus meningkatkan perilaku hedonisme senilai 1%. Dengan demikian, ketepatan pembayaran Shopee PayLater turut memengaruhi tingkat konsumsi dan kecenderungan hedonis, khususnya pada Generasi Z di Jember semakin tepat waktu pembayarannya, semakin tinggi kecenderungan perilaku konsumtif dan hedonisme pengguna.

Hasil penelitian ini dapat dipahami bahwasannya saat seseorang mengalami keterlambatan pembayaran hal tersebut bukanlah sekedar masalah tagihan, tetapi mencerminkan bahwa pengguna sebelumnya telah melakukan pembelian yang melebihi kemampuan finansial yang mereka miliki. Dengan kata lain, keterlambatan pembayaran menjadi tanda bahwa seseorang sudah berada dalam pola belanja yang kurang terkontrol.

Kemudian Gen Z cenderung memiliki tingkat perhatian yang tinggi terhadap media social dan tren digital, sehingga dorongan untuk terlihat up to date, mengikuti fashion, seringkali membuat mereka belanja tanpa pertimbangan yang mendalam. Dengan adanya kemudahan Shopee PayLater mempermudah mereka bertransaksi dan konsekuensi berupa keterlambatan pembayaran menjadi sesuatu yang mudah terjadi. Dampak keterlambatan inilah yang menjadi pengaruh dari perilaku hedonisme tersebut.

Secara tidak langsung, penelitian ini selaras dengan temuan Sugeng dan Anita (2025) yang mengungkapkan bahwa lifestyle konsumtif dalam penggunaan Shopee PayLater berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku hedonisme. Dampak keterlambatan pembayaran dalam konteks tersebut muncul karena individu memiliki kecenderungan untuk terus memenuhi keinginan konsumtif dan mengejar kesenangan secara instan, sehingga memicu perilaku hedonis yang semakin meningkat. Generasi Z yang diteliti menunjukkan perilaku yang mengikuti tren gaya hidup modern dan tidak menyesuaikan dengan kondisi keuangannya.

Selain itu, keterlambatan pembayaran Shopee Paylater yang membawa beberapa konsekuensi seperti adanya denda dan lain sebagainya tidak membuat pengguna shopeepay menjadi jera dan berhenti menggunakannya. Hal ini dikarenakan dampak positif yang dirasakan oleh pengguna belum bisa digantikan dengan media lainnya. Shopee Paylater masih menjadi salahsatu tujuan utama jika ingin membeli barang yang

diinginkan tanpa harus langsung membayarnya. Ditambah dengan adanya potongan harga atau diskon dan tawaran kemudahan transaksi yang diberikan jika menggunakan Shopee Paylater sebagai media pembayarannya, membuat pengguna Shopee Paylater khususnya para generasi muda tidak mempertimbangkan resiko-resiko yang akan dihadapinya.

3. Pengaruh simultan penggunaan dan dampak keterlambatan Shopee Paylater terhadap Keputusan perilaku Hedonisme pada Generasi Z (Gen Z) di Kabupaten Jember.

Hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$), sehingga disimpulkan penggunaan Shopee PayLater dan dampak keterlambatan secara simultan berdampak signifikan pada perilaku hedonisme. Temuan ini juga menunjukkan bahwa meskipun implementasi Shopee PayLater hanya memberikan pengaruh kecil secara parsial, pengaruhnya menjadi lebih kuat ketika dianalisis bersama dengan variabel dampak keterlambatan.

Selain itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0,923 menandakan kedua variabel independen dapat menafsirkan 92,3% variasi perilaku hedonisme, sementara 7,7% sisanya terpengaruh oleh faktor lain di luar model penelitian. Maka dengan ini, penggunaan Shopee PayLater (X1) dan dampak keterlambatan (X2) memberikan kontribusi yang sangat besar terhadap pembentukan perilaku hedonisme (Y).

Hasil penelitian ini dapat dipahami karena keterlambatan pembayaran dan penggunaan Shopee PayLater saling berkaitan dengan pola konsumsi seseorang. Ketika seseorang mulai sering menggunakan Shopee PayLater, dorongan untuk berbelanja biasanya menjadi lebih besar dan kemungkinan keterlambatan pembayaran akan meningkat jika kebiasaan ini terus berlanjut. Selain itu, Gen Z cenderung lebih sensitif terhadap hal-hal yang datang dari luar, seperti tren media sosial, iklan online, dan pola belanja teman sekelas mereka. Kedua faktor ini dapat saling mendukung ketika teknologi memungkinkan untuk memenuhi keinginan secara cepat dan kontrol finansial tidak selalu bekerja sama. Dengan kata lain, kemudahan berbelanja dan konsekuensi yang muncul dari penggunaan layanan tersebut berkontribusi pada perilaku hedonisme Gen Z.

Dari analisis yang telah dijalankan memperlihatkan bahwa pengimplementasian Shopee Paylater yang didukung dengan perilaku hidup yang konsumtif memiliki pengaruh yang cukup besar dalam menumbuhkan perilaku hedonisme. Keinginan untuk memiliki barang dan jasa yang tidak terlalu diperlukan, hanya sebagai pemuas sementara dan tidak disesuaikan dengan kondisi keuangan akan memunculkan dampak-dampak negatif. Dampak negative yang paling sering muncul salahsatunya adalah kondisi tidak sanggup membayar cicilan. Kondisi ini terjadi karena tidak adanya perencanaan keuangan yang baik, dan hanya memikirkan kondisi keuangan dalam jangka pendek saja.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh tingkat penggunaan Shopee PayLater dan dampak keterlambatan pembayarannya terhadap perilaku hedonisme pada Generasi Z di Kabupaten Jember, diperoleh berbagai kesimpulan, antara lain:

1. Nilai t hitung lebih kecil dari t tabel dan nilai signifikansi berada di atas 0,05. Hal ini memperlihatkan bahwa intensitas penggunaan fitur PayLater tidak memberikan kontribusi berarti terhadap perilaku hedonisme. Dengan kata lain, frekuensi penggunaan layanan tersebut hanya mempunyai dampak yang cukup kecil pada kecenderungan hedonis responden.
2. Nilai t hitung lebih tinggi dari t tabel dan nilai signifikansi sejumlah 0,000 ($\leq 0,05$). Maknanya, semakin besar dampak yang dirasakan akibat keterlambatan pembayaran, semakin tinggi kecenderungan Generasi Z untuk menunjukkan perilaku hedonisme. Kondisi ini dapat terjadi karena individu yang menunda pembayaran cenderung memiliki pola konsumsi impulsif dan berorientasi pada kesenangan jangka pendek.
3. Hasil uji F memperlihatkan angka signifikansi 0,000 dan F hitung senilai 46,333 yang melebihi F tabel (3,09). Temuan ini menegaskan bahwa pengimplementasian Shopee PayLater dan dampak keterlambatan secara simultan berpengaruh pada perilaku hedonisme. Dengan demikian, meskipun penggunaan Shopee PayLater tidak signifikan secara parsial,

pengaruhnya menjadi lebih kuat saat dikombinasikan dengan variabel dampak keterlambatan.

B. Saran-Saran

Merujuk pada hasil analisis dan kesimpulan yang telah dihasilkan pada analisis ini, maka rekomendasi yang diperoleh ialah berikut ini.

1. Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai hubungan antara penggunaan Shopee PayLater, dampak keterlambatan, dan perilaku hedonisme pada Generasi Z di Jember. Pembaca diharapkan lebih memahami konsekuensi jangka panjang dari penggunaan layanan pembayaran tertunda, sehingga dapat mengantisipasi potensi dampak negatif seperti perilaku konsumtif berlebihan dan risiko finansial di masa depan.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian berikutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi perilaku hedonisme, seperti literasi keuangan, kontrol diri, atau pengaruh lingkungan sosial. Selain itu, penggunaan jumlah sampel yang lebih besar serta cakupan wilayah yang lebih luas akan membantu memperkuat temuan dan menghasilkan hasil penelitian yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, Lina Rizqi. "Pengaruh Kemudahan Dan Gaya Hidup Digital Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater Pada Generasi Z Di Kabupaten Banyumas Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi." Skripsi Universitas Gadjah Mada, 2019.
- Amri, Ary Dean. "Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee Paylater (Bayar Nanti) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Jambi Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah* (2024): 41-53.
- Andespa, Roni. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Pekanbaru: Alaf Riau, 2011.
- Aprilia, Lusia Putri, Yulius Verianto Mangku Alam, dan Salsabila Firdaus. "Pengaruh Penggunaan Shopee PayLater terhadap Manajemen Keuangan Mahasiswa/I Kampus 3 Universitas Mercu Buana Yogyakarta." *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial* 4, no. 1 (2024): 61-62.
- Arian, Desi. *Gagasan Millenial & Generasi Z Untuk Indonesia Emas 2045*. Fianosa Publishing, 2020.
- Aysa, Imma Rokhmatul. "Tantangan transformasi digital bagi kemajuan perekonomian Indonesia." *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah* 3, no. 2 (2021): 140-153. <https://ejournal.uin-lirboyo.ac.id/index.php/perbankan/article/view/1963>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember (BPS). 2025. *Perkembangan Indeks Harga Konsumen (IHK) Kabupaten Jember bulan Februari 2025*. Diakses dari <https://jemberkab.bps.go.id/id/pressrelease/2025/03/03/336/perkembangan-indeks-harga-konsumen-ihk-kabupaten-jember-bulan-februari-2025.html>
- Davni, Putri dan Sayyidatina, Fernanda. "Transaksi E-commerce: Fitur Shopee Paylater dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Sharia Economic Forum Universitas Gadjah Mada*, diakses 17 agustus 2022, <https://sef.feb.ugm.ac.id/shariarticle2201/#>
- Efendi, Sofian. *Metode Penelitian Survei*. Yogyakarta: LP3ES, 1982.
- Fauziah, Adinda Putri, dan Naomi, Natasya Diva. "Fenomena Belanja Online: Kasus Pengguna Fitur Shopee PayLater." *Saskara: Indonesian Journal of Society Studies* 2, no. 2 (2022).
- Febrianti, Cici, dan Swistantoro. *Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Universitas Riau di Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru*.

Diss. Riau University, 2017
<https://www.neliti.com/publications/187469/gaya-hidup-hedonisme-mahasiswi-universitas-riau-di-kelurahan-simpang-baru-kecamatan>

Fitriani, Hanik. "Dampak S-Pay Later Terhadap Konsumen Muslim: Perspektif Keuangan Islami." Niqosiya: *Journal of Economics and Business Research* 4, no. 1 (2024): 204-211.

Ghozali, Imam. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26, 10th edn. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Habiba, Salsadila, Sissah, dan Erwin Saputra Siregar. "Analisis Penggunaan Fitur Shopee Paylater Dalam Perspektif Mahasiswa Perbankan Syariah Febi Uin Sts Jambi." *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen* 1, no. 3 (2024): 170-184.

Junaidi, Arifqi. "Pengaruh Religiusitas, Lifestyle Konsumtif, dan Riba Pada Mahasiswa Muslim dan Non-muslim di Yogyakarta Terhadap Penggunaan Shopee Pay Later". Skripsi, Universitas Islam Indonesia, 2024.

Karomah, Hafidhotul., Haifah, dan Jusuf, Hamzah Fansury. Pengaruh Kepercayaan, Promosi, Kemudahan, Resiko dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Paylater (Studi Kasus Mahasiswa ITS Mandala Jember). *Journal Educational Research and Development* 2, no. 1.

Keuangan, Otoritas Jasa. Peraturan OJK Nomor 77/POJK.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi. Jakarta: OJK, 2016.

Laudon, Kenneth., dan Traver, Carol. *E-Commerce 2021: Business, Technology, Society (16th ed.)* American: Pearson, 2021.

Lestari, Sinta Dwi, dan Helmi Haris. "Pengaruh Sosial, Gaya Hidup, Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Melalui Shopee Paylater Pada Mahasiswa Febi Uin Raden Mas Said Surakarta." *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 9, no. 1 (2024).

Lindawati. "Analisis Perilaku Hedonic Buying Pada Pembelian Produk Di Blink-Blink Store Jember." Skripsi, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2021.

Miranda,. Anggita, Nadya Dewi., Siregar, Suci Afria Sasty., dan Lestari, Dini. "Pengaruh Fomo dan Hedonic Motivation Terhadap Penggunaan Paylater Bagi Mahasiswa di Kota Medan." Vol 4 no. 1 (2023).

Mizanulhaq, Muhammad. "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Gaya Hidup Konsumtif Terhadap Minat Penggunaan Paylater Pada Gen-Z: Studi Kasus

Pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia." Skripsi Universitas Islam Indonesia, 2024.

Muri, Yusuf. *Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif Dan Penelitian Gabungan, Edisi Pertama*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2014.

Nabila, Naylul., Wardhani, Roro Aditya Novi., dan Epriliyana, Nike Norma. *Pengaruh Diskon dan Cashback Terhadap Frekuensi Pembelian pada Aplikasi Shopeefood di Wilayah Kabupaten Jember*. *Jurnal Partisipatoris*, 7 no. 1 (2025): 62-71. <https://ejournal.umm.ac.id/index.php/jurnalpartisipatoris/article/view/37134>

Nasution, Eri Yanti. "Perkembangan transaksi bisnis *e-commerce* terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia." *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)* 3, no. 2 (2020): 506-519.

Natalia, Putri, Ni Kadek Pingkan, Dewi, Anak Agung Sagung Laksmi and Ujianti, Ni Made Puspasutari. "Akibat Hukum dari Keterlambatan Pembayaran Spaylater bagi Pengguna *E-commerce* Shopee." *Jurnal Preferensi Hukum* 3, no. 1 (2022): 196-200. <https://ejournalwarmadewa.id/index.php/juprehum/article/view/4683>

Nazla, Luluwatun, Rina Samsiyah Agustina, and Alda Amalia. "Transaksi Kredit Digital (Shopee Paylater) dalam Perspektif Islam." *Labatila: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2023): 14-26.

Noviana, Putri Leli, et al. "Pandangan Ekonomi Islam Dalam Jual Beli Online Pada Generasi Milenial." *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia (JESI)* 2, no. 2 (2023): 158-169. <https://ojs-steialamar.org/index.php/JESI/article/view/46>

Nursinta, Lia Ayu, and Moch Wahyu Widodo. "Pemahaman Literasi Keuangan Dalam Penggunaan Pinjaman Online Pada *E-commerce* Shopee Paylater." *Prosiding Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi*. Vol. 7. 2022. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/2188>

Prasetya, Audrey Nathania Early. "Analisis Adanya Pay Later Dalam Marketplace Terhadap Daya Beli Masyarakat." *Jurnal Revenue: Jurnal Ilmiah Akuntansi* 3, no. 2 (2023): 593-601.

Pratiwi, Tiffany Dea. "Pengaruh Penggunaan Fitur Shopee PayLater dan Gaya Hidup Hedonisme terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FKIP Universitas Pancasakti Tegal." Skripsi, UIN Kalijaga, 2023.

Priadi, Sugeng. "Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Hedonisme terhadap Penggunaan Fitur PayLater pada Mahasiswa." *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* 17, no. 1 (2025) This is an open access article distributed under the CC BY-NC 4.0 license - <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>.

Priansa, Donni Juni. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta, 2017.

Rahima, Phyta., Cahyadi, Irwan. "Pengaruh Fitur Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram." *Jurnal Manajemen Bisnis* 4, no. 1 (2022): 39-50.

Rahmat, Arif, Asyari, and Puteri, Hesi Eka. "Pengaruh hedonisme dan religiusitas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa." *Ekonomika Syariah: Journal Of Economic Studies* 4.1 (2020): 39-54.

Rahmi, Cinta, et al. "Tantangan dan Prospek Pengendalian Riba dalam Transaksi di E-commerce (Studi Kasus Transaksi Jual Beli Menggunakan Shopee Paylater)." *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Bisnis* 2.2 (2024): 262-267.

Rismayadi et al. "Analisis Kepuasan Pengguna Shopee Paylater Menggunakan Model Delone & Mclean," *Jurnal Page 4 84 Responsif* 2, no. 2 (2020).

Safaryianto, Ony Dwi Saputra & Santoso, Agus. "Pengaruh Shopee Paylater, Promosi Penjualan, Dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa." *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 6 (2023): 58-62.

Sativa, A., & Baidhowi. "Pengaruh Penggunaan Paylater terhadap Kesejahteraan Finansial Konsumen dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah." *Media Hukum Indonesia* 3, no. 3 (2025): 739-745.

Sari, Rahmatika. "Pengaruh Penggunaan Paylater terhadap perilaku impulse buying pengguna e-commerce di Indonesia." *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi* 7, no. 1 (2021): 44-57.

Setianingsih, Eka Sari. "Wabah gaya hidup hedonisme mengancam moral anak." *Malih Peddas (Majalah Ilmiah Pendidikan Dasar)* 8, no. 2 (2018): 139-150. <https://core.ac.uk/download/pdf/234022203.pdf>

Stevan, Muhammad, et al. "Analisis Pengaruh Penggunaan Sistem Paylater pada Aplikasi Shopee." *Jurnal Bisnis* 8, no. 1 (1970): 1970-1974.

Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2009.

Sugiyono. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.

Suryani, Mardian., dan Achiria, Siti. "Gaya Hidup Hedonisme dalam Konsumsi Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam." *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 5, no. 2 (2019): 180-182.

Soehartono, Irawan. Metode Penelitian Sosial. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Yasin, Rizky Nur, and Sophia Marsiska. "Pengaruh Penggunaan Layanan Paylater Terhadap Perilaku Impulsif Mahasiswa Pengguna E-commerce di Jawa Barat." *Applied Business and Administration Journal* 2, no. 2 (2023): 59-65. <http://journal.ebizmark.id/index.php/abaj/article/view/54>

Zis, Sirajul Fuad., Effendi, Nursyirwan., and Roem, Elva Ronaning. "Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial Dan Generasi Z Di Era Digital." *Satwika: Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial* 5, no. 1 (2021): 69-87.

Zusrony, Edwin. *Perilaku Konsumen Di Era Modern*. Bandung: Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik, 2021.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Lampiran 1

MATRIKS PENELITIAN

Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Indikator Variabel	Sumber Data	Rumusan Masalah	Metode Penelitian
Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Dan Dampak Keterlambatan Pembayaran Terhadap Perilaku Hedonisme Pada Generasi Z di Kabupaten Jember	<p>1. Penggunaan Shopee Paylater</p> <p>2. Dampak Keterlambatan</p> <p>3. Perilaku Hedonisme</p>	<p>1. Frekuensi Penggunaan</p> <p>2. Dampak Keterlambatan</p> <p>3. Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan</p> <p>1. Beban Keuangan Tambahan</p> <p>2. Perubahan Gaya Hidup</p> <p>3. Perubahan Pola Konsumsi</p> <p>1. Tabzir(Pemborosan)</p> <p>2. Gaya Hidup Hedonisme</p> <p>3. Pengaruh Eksternal</p> <p>4. Membeli Berdasar Keinginan Bukan Kebutuhan</p>	<p>1. Data Primer</p> <p>2. Kepustakaan</p> <p>3. Internet</p>	<p>1. Apakah Ada Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Hedonisme Pada Generasi Z(Gen Z) di Kabupaten Jember?</p> <p>2. Apakah Ada Pengaruh Dampak Keterlambatan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Hedonisme Pada Generasi Z (Gen Z)di Kabupaten Jember?</p> <p>3. Apakah Ada Pengaruh Penggunaan dan Dampak Keterlambatan Shopee Paylater Secara Simultan Terhadap Keputusan Perilaku Hedonisme Pada Generasi Z(Generasi Z)?</p>	<p>1. Metode Penelitian Kuantitatif</p> <p>2. Teknik Pengumpulan Data menggunakan data angket (kuesioner)</p> <p>3. Menggunakan Metode Probability Sampling</p> <p>4. Analisis Data</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Uji Instrumen Penelitian (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas) b. Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, dan Uji Heterokedastisitas) c. Analisis Regresi Linier Berganda d. Uji Hipotesis (Uji T, Uji F, Uji R2)

Lampiran 2

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Anggi Amanda Septia Rini

Nim : 211105020070

Prodi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater dan Dampak Keterlambatan Pembayaran Terhadap Perilaku Hedonisme Pada Generasi Z di Kabupaten Jember” adalah hasil penelitian dan karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Demikian surat pernyataan keaslian tulisan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

J E M B E R

Jember, 20 November 2025



211105020070

Lampiran 3

KUESIONER PENELITIAN

A. Kata Pengantar

Assalamualaikum Warahamatullahi Wabarakatuh

Perkenalkan, nama saya Anggi Amanda Septia Rini mahasiswi dari Program Studi Ekonomi Syariah UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Saat ini saya sedang Melakukan penelitian untuk memenuhi tugas akademik dalam rangka menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater dan Dampak Keterlambatan Pembayaran Terhadap Perilaku Hedonisme Pada Generasi Z di Kabupaten Jember”.

Kuesioner ini ditujukan kepada:

1. Generasi Z di Jember
2. Mempunyai Shopee Paylater
3. Pernah Menggunakan Shopee Paylater

Jawaban yang anda berikan akan dijaga kerahasiannya dan digunakan hanya untuk keperluan penelitian. Mohon ketersediannya kepada teman-teman untuk mengisi kuesioner yang telah disusun dengan sebenar-benarnya. Partisipasi kalian merupakan bantuan yang sangat besar bagi penelitian ini. Atas Perhatian dan ketersediaan waktu kalian, saya mengucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Kuesioner ini ditujukan khusus kepada responden dari generasi Z (GEN Z), yaitu individu yang lahir pada rentang tahun 1997-2012.
2. Responden harus memiliki dan pernah menggunakan *Shopee Paylater*.
3. Responden bertempat tinggal di Kabupaten Jember
4. Isilah identitas terlebih dahulu (identitas responden akan dijaga kerahasiaannya oleh peneliti).
5. Dimohon untuk menjawab pernyataan kuesioner dengan sebenar-benarnya (jawaban responden akan dijaga kerahasiaannya oleh peneliti).
6. Pilihlah jawaban yang telah tersedia berdasarkan skala linier.

7. Keterangan Jawaban Responden.

- SS : Sangat Setuju (5)
- S : Setuju (4)
- N : Netral (3)
- TS : Tidak Setuju (2)
- STS : Sangat Tidak Setuju (1)

C. Kuesioner Penelitian

Variabel Penggunaan Shopee Paylater (X1)

No.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Saya sering mengakses shoppe paylater lebih dari satu kali dalam sehari	<input type="checkbox"/>				
2.	Penggunaan shoppe paylater mempengaruhi aktivitas harian saya	<input type="checkbox"/>				
3.	Rekomendasi dari teman atau keluarga mempengaruhi keputusan saya untuk menggunakan shoppe paylater	<input type="checkbox"/>				

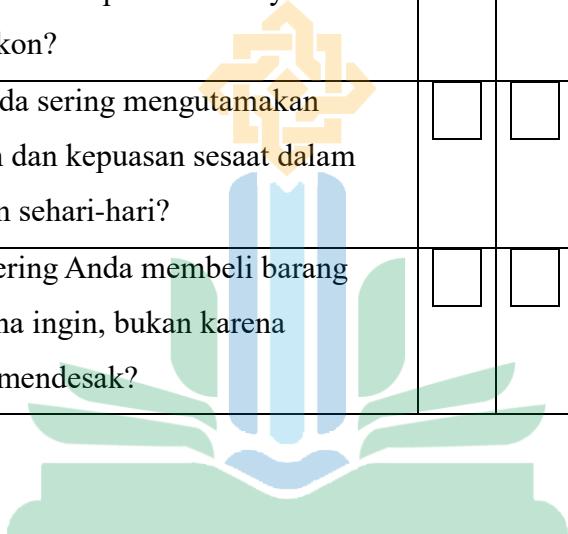
Variabel Dampak Keterlambatan (X2)

No.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Seberapa sering Anda mengalami kesulitan keuangan akibat pengeluaran yang tidak terduga?	<input type="checkbox"/>				
2.	Apakah Anda merasa gaya hidup Anda berubah sejak mulai menggunakan layanan shoppe paylater?	<input type="checkbox"/>				
3.	Apakah Anda menjadi lebih sering membeli barang atau jasa setelah	<input type="checkbox"/>				

menggunakan shoppe paylater?

Variabel Perilaku Hedonisme (Y)

No.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Apakah Anda sering membeli barang yang sebenarnya tidak diperlukan hanya karena tergoda diskon?	<input type="checkbox"/>				
2.	Apakah Anda sering mengutamakan kesenangan dan kepuasan sesaat dalam pengeluaran sehari-hari?	<input type="checkbox"/>				
3.	Seberapa sering Anda membeli barang hanya karena ingin, bukan karena kebutuhan mendesak?	<input type="checkbox"/>				



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Lampiran

HASIL KUESIONER

A. Hasil Kuesioner X1

No	<i>Penggunaan Shopee Paylater</i>			Total X1
	X1.1	X1.2	X1.3	
1	4	3	2	9
2	3	5	5	13
3	3	3	3	9
4	1	1	1	3
5	2	2	1	5
6	2	5	5	12
7	1	4	4	9
8	3	2	1	6
9	2	3	3	8
10	3	4	4	11
11	3	1	1	5
12	3	3	3	9
13	3	4	3	10
14	4	3	2	9
15	5	5	5	15
16	2	2	2	6
17	1	4	5	10
18	3	2	3	8
19	3	4	3	10
20	1	1	2	4
21	3	3	3	9
22	1	1	1	3
23	2	3	3	8
24	3	3	3	9
25	3	3	3	9
26	3	4	3	10
27	3	3	3	9
28	2	3	3	8
29	1	2	1	4
30	4	1	2	7
31	3	2	3	8
32	1	1	1	3
33	2	2	2	6
34	3	4	5	12
35	4	3	3	10
36	1	1	1	3
37	1	3	3	7
38	1	3	5	9
39	3	2	3	8
40	4	5	4	13
41	3	2	3	8
42	1	1	1	3
43	1	5	4	10

44	2	3	1	6
45	3	3	3	9
46	2	2	4	8
47	1	3	4	8
48	4	4	4	12
49	4	4	4	12
50	2	2	2	6
51	4	4	3	11
52	1	3	4	8
53	2	3	3	8
54	1	3	2	6
55	2	2	3	7
56	3	3	2	8
57	1	1	2	4
58	1	1	1	3
59	1	1	1	3
60	2	2	3	7
61	2	2	3	7
62	3	3	3	9
63	3	2	5	10
64	4	3	5	12
65	3	2	1	6
66	3	3	3	9
67	5	5	5	15
68	1	1	1	3
69	5	3	2	10
70	3	4	2	9
71	1	1	1	3
72	5	5	4	14
73	4	4	5	13
74	5	5	5	15
75	1	3	4	8
76	1	1	1	3
77	1	1	3	5
78	2	2	2	6
79	4	4	3	11
80	1	2	4	7
81	1	1	1	3
82	1	1	1	3
83	2	4	5	11
84	2	3	2	7
85	1	1	3	5
86	1	1	1	3
87	4	2	4	10
88	3	2	4	9
89	1	1	1	3
90	3	4	3	10
91	1	4	2	7
92	1	5	1	7

93	2	3	3	8
94	1	1	1	3
95	4	4	4	12
96	5	5	5	15
97	5	5	5	15
98	4	3	3	10
99	3	1	3	7
100	3	2	2	7

B. Hasil Kuesioner X2

No	Dampak Keterlambatan				Total X2
	X2.1	X2.2	X2.3		
1	4	4	2		10
2	5	5	5		15
3	3	3	3		9
4	1	1	1		3
5	3	4	3		10
6	4	3	3		10
7	2	5	5		12
8	4	2	1		7
9	3	2	3		8
10	1	3	2		8
11	3	3	2		8
12	3	4	4		9
13	3	3	4		10
14	3	3	3		9
15	3	3	3		9
16	5	5	5		15
17	1	1	2		4
18	4	4	4		12
19	3	2	3		8
20	4	4	3		11
21	2	1	3		6
22	3	3	3		9
23	1	1	1		3
24	3	3	3		9
25	3	3	3		9
26	3	3	3		9
27	3	3	3		9
28	2	3	3		8
29	3	1	1		5
30	2	1	3		6
31	2	3	3		8
32	3	1	1		5
33	2	2	2		6
34	4	4	5		13
35	5	5	5		15

36	3	1	1	5
37	4	5	3	12
38	3	2	1	6
39	3	3	2	8
40	5	5	4	14
41	3	3	3	9
42	1	1	1	3
43	3	4	1	8
44	4	4	2	10
45	3	4	4	11
46	4	5	5	14
47	3	3	2	8
48	4	4	4	12
49	4	4	4	12
50	5	1	1	7
51	3	4	4	11
52	1	3	2	6
53	3	2	3	8
54	4	2	3	9
55	3	3	2	8
56	2	2	2	6
57	3	2	2	7
58	3	2	2	7
59	1	1	1	3
60	2	1	2	5
61	1	2	3	6
62	3	3	4	10
63	2	1	2	5
64	4	4	5	13
65	4	4	3	11
66	3	3	3	9
67	5	4	4	13
68	1	1	1	3
69	3	3	2	8
70	3	3	3	9
71	1	1	1	3
72	1	4	4	9
73	5	4	4	13
74	5	5	4	14
75	4	4	3	11
76	3	1	1	5
77	1	1	1	3
78	1	1	2	4
79	4	4	4	12
80	3	3	3	9
81	1	1	1	3
82	2	5	1	8
83	4	4	5	13
84	1	3	2	6

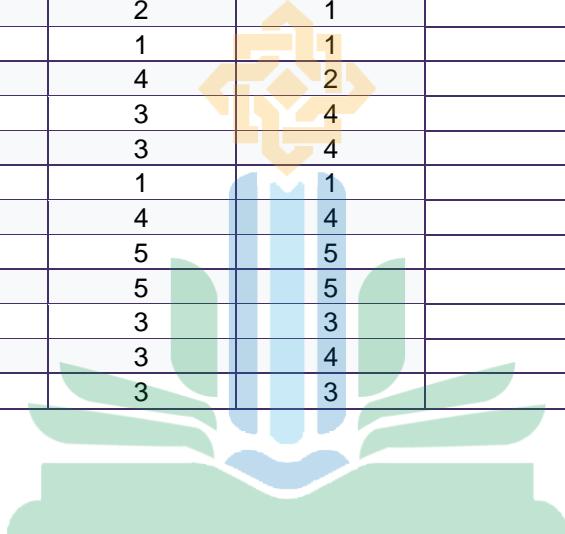
85	3	1	1	5
86	3	1	1	5
87	1	1	2	4
88	3	3	4	10
89	1	1	1	3
90	5	1	2	8
91	4	4	2	10
92	2	1	1	4
93	2	3	3	8
94	1	1	1	3
95	4	4	4	12
96	5	5	5	15
97	5	5	5	15
98	1	2	4	7
99	4	1	3	8
100	3	2	3	8

C. Hasil Kuesioner Y

No	Perilaku Hedonisme			Total Y
	Y1	Y2	Y3	
1	2	3	3	8
2	5	5	5	15
3	3	3	3	9
4	1	1	1	3
5	2	1	3	6
6	5	3	3	11
7	4	5	4	13
8	1	2	2	5
9	5	1	3	9
10	3	2	3	8
11	4	4	2	10
12	5	3	3	11
13	5	3	4	12
14	4	4	4	12
15	5	5	5	15
16	2	1	2	5
17	4	4	4	12
18	3	3	3	9
19	2	2	3	7
20	1	2	3	6
21	3	3	3	9
22	1	1	1	3
23	4	4	4	12
24	3	3	2	8
25	3	3	3	9
26	4	4	4	12
27	3	3	3	9
28	4	4	4	12

29	3	3	3	9
30	1	2	2	5
31	3	4	5	12
32	4	1	4	9
33	3	2	3	8
34	5	4	5	14
35	5	5	5	15
36	3	3	3	9
37	3	3	2	8
38	2	1	1	4
39	3	3	3	9
40	5	5	5	15
41	4	5	4	13
42	1	1	1	3
43	5	4	4	13
44	2	2	2	6
45	4	4	4	12
46	5	5	5	15
47	1	1	3	5
48	4	5	4	13
49	4	4	4	12
50	2	1	1	4
51	4	4	3	11
52	4	3	3	10
53	3	2	3	8
54	1	2	2	5
55	4	3	3	10
56	3	3	2	8
57	2	2	2	6
58	1	3	3	7
59	3	3	5	11
60	4	3	3	10
61	1	3	2	6
62	4	3	3	10
63	3	1	2	6
64	4	4	5	13
65	3	2	3	8
66	4	5	4	13
67	1	1	1	3
68	1	1	1	3
69	2	4	2	8
70	3	3	3	9
71	1	1	1	3
72	1	4	1	6
73	5	5	4	14
74	4	4	4	12
75	5	4	5	14
76	4	3	4	11
77	2	3	3	8

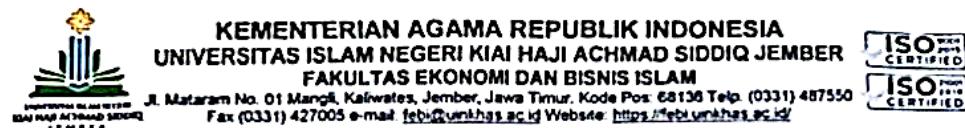
78	1	1	2	4
79	4	4	4	12
80	3	2	3	8
81	3	1	1	5
82	1	1	2	4
83	5	5	4	14
84	1	1	1	3
85	1	2	2	5
86	1	3	4	8
87	2	2	4	8
88	4	3	3	10
89	1	2	1	4
90	1	1	1	3
91	4	4	2	10
92	4	3	4	11
93	4	3	4	11
94	1	1	1	3
95	4	4	4	12
96	5	5	5	15
97	5	5	5	15
98	1	3	3	7
99	3	3	4	10
100	3	3	3	9



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Lampiran 4

SURAT IZIN PENELITIAN



Nomor : B - / Un.22/D.5.WD.1/KM.05.00/07/2025
 Lampiran : -1884
 Hal : Permohonan Izin Penelitian

21 Juli 2025

Kepada Yth.
 Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik
 Jl. Letjen S.Parman No.89 Jember

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon dizinkan mahasiswa berikut :

Nama	:	Anggi Amanda Septia Rini
NIM	:	211105020070
Semester	:	IX (Sembilan)
Jurusan	:	Ekonomi Islam
Prodi	:	Ekonomi Syariah

Guna melakukan Penelitian/Riset mengenai "Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Dan Dampak Keterlambatan Pembayaran Terhadap Perilaku Hedonisme Pada Generasi Z (Gen Z) Di Kabupaten Jember", di lingkungan atau lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ**

A.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,



Murul Widyawati Islami-Rahayu

CS Dipindai dengan CamScanner



Lampiran 5

SURAT SELESAI PENELITIAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kalivales, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
 Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>

SURAT KETERANGAN

Kepada Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Jember dengan ini menerangkan bahwa:

Nama	:	Anggi Amanda Septia Rini
NIM	:	211105020070
Semester	:	IX(Sembilan)
Prodi	:	Ekonomi Syariah
Judul	:	Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater dan Dampak Keterlambatan Pembayaran Terhadap Perilaku Hedonisme Pada Generasi Z di Kabupaten Jember

Telah selesai melakukan penelitian di Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Jember terhitung dari tanggal 10 Oktober 2025 – 13 November 2025 dalam rangka penulisan skripsi dengan judul “**PENGARUH PENGGUNAAN SHOPEE PAYLATER DAN DAMPAK KETERLAMBATAN PEMBAYARAN TERHADAP PERILAKU HEDONISME PADA GENERASI Z DI KABUPATEN JEMBER**”

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
 J E M B E R**

Jember, 13 November 2025
 Kepala Bakesbang dan Politik
 KABUPATEN JEMBER

LINGGA DIPUTRA, S.Sos
 NIP. 19751202199011001

Lampiran 6**JURNAL KEGIATAN PENELITIAN**

No	Tanggal	Uraian
1.	22 Juli 2025	Penyerahan Surat Penelitian
2.	28 Agustus 2025	Penyebaran Kuesioner
3.	14 September 2025	Analisis Data
4.	10 Oktober 2025	Penyusunan Skripsi
5.	13 November 2025	Pengambilan Surat Selesai Penelitian



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Lampiran 7

Hasil Uji Penelitian

A. Hasil Uji Instrumen

1. Uji Validitas

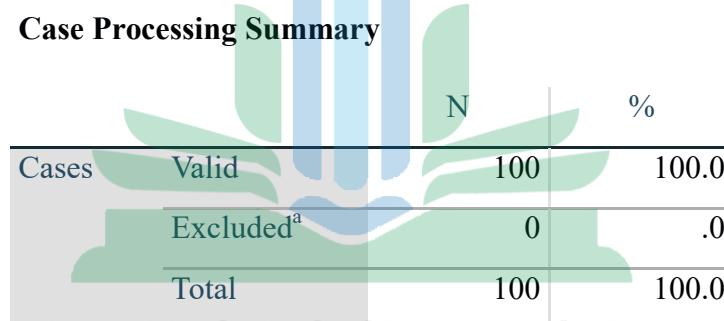
		Correlations											
		X1.	X1.	X1.	Total	X2.	X2.	X2.	Total				Total
		1	2	3	X1	1	2	3	X2	Y1	Y2	Y3	Y
X1.1	Pearson Correlation	1	.530 **	.471 **	.791 **	.436 **	.491 **	.640 **	.606 **	.28 7*	.478 **	.320 **	.399 **
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.00	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.530 **	1	.669 **	.873 **	.558 **	.654 **	.588 **	.698 **	.51 3*	.498 **	.369 **	.513 **
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.00	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.471 **	.669 **	1	.854 **	.485 **	.554 **	.673 **	.662 **	.51 5*	.494 **	.457 **	.542 **
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.00	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_X1	Pearson Correlation	.791 **	.873 **	.854 **	1	.587 **	.675 **	.755 **	.781 **	.52 3*	.584 **	.456 **	.578 **
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.00	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.1	Pearson Correlation	.436 **	.558 **	.485 **	.587 **	1	.584 **	.508 **	.803 **	.47 8*	.451 **	.458 **	.512 **
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.00	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.	.000	.000	.000	.00	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.491 **	.654 **	.554 **	.675 **	.584 **	1	.740 **	.907 **	.53 9*	.649 **	.484 **	.618 **	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.	.000	.000	.00	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.640 **	.588 **	.673 **	.755 **	.508 **	.740 **	1	.871 **	.56 6*	.682 **	.565 **	.669 **	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.	.000	.00	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_X2	Pearson Correlation	.606 **	.698 **	.662 **	.781 **	.803 **	.907 **	.871 **	1	.61 3*	.692 **	.582 **	.697 **	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.	.00	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1	Pearson Correlation	.287 **	.513 **	.515 **	.523 **	.478 **	.539 **	.566 **	.613 **	1	.697 **	.739 **	.905 **	
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.478 **	.498 **	.494 **	.584 **	.451 **	.649 **	.682 **	.692 **	.69 7*	1	.740 **	.898 **	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.00	.	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.320 **	.369 **	.457 **	.456 **	.458 **	.484 **	.565 **	.582 **	.73 9*	.740 **	1	.908 **	

	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.00	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_Y	Pearson Correlation	.399 **	.513 **	.542 **	.578 **	.512 **	.618 **	.669 **	.697 **	.90 5*	.898 **	.908 **	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.00	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Uji Reliabilitas



a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ J E M B E R

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.915	9

B. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a		Collinearity Statistics				
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant) 2.580	.727		3.546	.001		
	Total_X1 .095	.126	.088	.756	.451	.390	2.563
	Total_X2 .665	.123	.628	5.404	.000	.390	2.563

a. Dependent Variable: Total_Y

2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a		Collinearity Statistics				
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant) 2.374	.442		5.368	.000		
	X1.1 -.066	.162	-.053	-.407	.685	.543	1.842
	X1.2 .303	.188	.245	1.616	.110	.397	2.519
	X1.3 -.072	.176	-.059	-.406	.686	.425	2.355
	X2.1 .175	.160	.136	1.097	.275	.588	1.701
	X2.2 .100	.188	.086	.534	.595	.348	2.872
	X2.3 -.609	.223	-.485	-2.736	.007	.290	3.453

a. Dependent Variable: ABS_RES

C. Uji Hipotesis

1. Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2.580	.182		14.185	.000
	X1	.095	.032	.122	3.026	.003
	X2	.665	.031	.871	21.616	.000

a. Dependent Variable: Y

2. Hasil Uji f

ANOVA^a

Model	Sum of Squares		df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	Residual				
1	606.275	39.665	2	303.137	741.322	.000 ^b
		Total	97	.409		
			99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, Total_X1

3. Hasil Uji R²

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.961 ^a	.924	.923	.71620

Lampiran 8**SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI**

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://uinkhas.ac.id>

**SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI**

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Anggi Amanda Septia Rini
NIM : 211105020070
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul : Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater dan Dampak Keterlambatan Pembayaran terhadap Perilaku Hedonisme pada Generasi Z di Kabupaten Jember

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan Aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada Aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMA SIDDIQ
J E M B E R**

Jember, 26 November 2025
Operator Aplikasi Turnitin
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Lunuk Musfiroh



Lampiran 9**SURAT KETERANGAN SELESAI BIMBINGAN**

SURAT KETERANGAN
Nomor : 79/1/IUn.22/D.5.KP.1/KM.05.00/11/2025

Yang bertandatangan di bawah ini Koordinator program Studi Ekonomi Syariah,
menerangkan bahwa :

Nama : Anggi Amanda Septia Rini
NIM : 2111050200
Semester : IX (Sembilan)

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai
bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan
diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 20... November 2025

A.n. Dekan
Koordinator Prodi. Ekonomi Syariah

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ**



Sofiah



Lampiran 10**SITASI**

1. Lestari, Nisa Puji, Ana Pratiwi, Dinada Husniah, and Hanifah Nurul Izzati. "ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN TERHADAP 3 PRODUK KOPI DI KABUPATEN JEMBER." ABDIPRAJA (Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat) 5, no. 2 (2024): 45-52.
2. Hidayatullah, M. F., et al. "Strategi Digital Marketing Dengan Instagram Dan Tiktok Pada Butik Dot. Id." Human Falah 10.1 (2023): 127-135.
3. Raziqi, Ahmad. Pengaruh Label Halal, Religiusitas, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Makanan dan Minuman dalam Kemasan pada Mahasiswa S1 FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq dan Universitas Islam Jember. UIN KHAS Jember, (2022).
4. Yuwana, Siti Indah Purwaning, and Ayu Wulandari. "Pengaruh Brand Pride, Web Design Quality, E-Service Quality dan Customer Experience Terhadap Repurchase Intention E-Commerce Shopee Pada Konsumen Milenial Mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember." Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (JEBI) 3.2 (2023): 111-124.
5. Azalia, Nadia, and Dalilatun Nasuha. "Pengaruh Social Surrounding, Lifestyle Shopping, dan Hedonic Shopping Terhadap Impulse Buying Pembelian Hijab Pada Mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember." Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (JEBI) 3.2 (2023): 153-162.

Lampiran 11**BIODATA PENULIS****A. Biodata Penulis**

Nama : Anggi Amanda Septia Rini
Nim : 211105020070
TTL : Jember, 28 September 2002
Alamat : JL. Manggar.XII Gg Kelapa No 37 Gebang Jember
Email : anggiseptiarini791@gmail.com
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Ekonomi Syariah

B. Riwayat Pendidikan

TK : Al Hikam Langon Ambulu Jember
SD/ MI : SD Negeri Ambulu 4
SMP : SMP Islam Ambulu Jember
SMA : MAN 2 Jember
UNIVERSITAS : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember