

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF INCOME, SOCIAL ENVIRONMENT, IMPULSE PURCHASES, LIFESTYLE, AND PRICE VALUE ON INTEREST IN USING *THE PAYLATER FEATURE* (Survey on Active Students of Siliwangi University)

By:

Reni Rosaliwati

NIM 213401037

Supervisor:

Supervisor I : Apip Supriadi

Supervisor II : Jumri

This research aims to determine the influence of income, social environment, impulsive buying, lifestyle, and price value on the interest in using the paylater feature among students at Universitas Siliwangi. This study uses the Structural Equation Modeling (SEM) method. The population in this study consists of students from Siliwangi University, with the sample size determined using the 10 Time Rule formula. The data collection used in this study employed a questionnaire. Data analysis in this study includes the measurement model test (outer model), structural model (inner model), and hypothesis testing. The research results show that income, social environment, impulsive buying, lifestyle, and price value partially have a significant positive effect on the interest in using the paylater feature among students at Universitas Siliwangi. Impulsive buying is the factor that has the greatest influence on the interest in using the paylater feature among students at Universitas Siliwangi. The indications from this research show that students tend to use the paylater feature due to impulses or momentary desires, which can lead to consumerist behavior if not accompanied by adequate financial awareness.

Keywords: *Social Environment, Impulsive Buying, Price Value, Lifestyle, Income, Interest in Using Paylater Features.*

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH PENDAPATAN, LINGKUNGAN SOSIAL, PEMBELIAN IMPULSIF, GAYA HIDUP, DAN NILAI HARGA TERHADAP MINAT PENGGUNAAN FITUR *PAYLATER* (Survei Pada Aktif Mahasiswa Universitas Siliwangi)

Oleh:

Reni Rosilawati

NIM 213401037

Pembimbing:

Pembimbing I : Apip Supriadi

Pembimbing II : Jumri

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pendapatan, lingkungan sosial, pembelian impulsif, gaya hidup dan nilai harga terhadap minat penggunaan fitur *paylater* pada mahasiswa Universitas Siliwangi. Penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa/i Universitas Siliwangi dengan penentuan jumlah sampel menggunakan rumus *10 Time Rule*. Pengumpulan data yang digunakan ini menggunakan kuesioner. Analisis data dalam penelitian ini meliputi uji model pengukuran (*outer model*), model struktural (*inner model*), dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan, lingkungan sosial, pembelian impulsif, gaya hidup, dan nilai harga secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan fitur *paylater* pada mahasiswa Universitas Siliwangi. Pembelian impulsif merupakan faktor yang memberikan pengaruh paling besar terhadap minat penggunaan fitur *paylater* pada mahasiswa Universitas Siliwangi. Indikasi dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung menggunakan fitur *paylater* karena dorongan maupun keinginan sesaat, sehingga kondisi ini berdampak pada perilaku konsumtif apabila tidak disertai dengan kesadaran finansial yang memadai.

Kata Kunci: Lingkungan Sosial, Pembelian Impulsif, Nilai Harga, Gaya Hidup, Pendapatan, Minat Penggunaan Fitur *Paylater*.