

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Intensitas Penggunaan Shopee *PayLater*

2.1.1.1 Pengertian Intensitas Penggunaan Shopee *PayLater*

Dalam konteks layanan keuangan digital, intensitas penggunaan mengacu pada seberapa sering dan seberapa besar individu memanfaatkan fasilitas pembayaran berbasis kredit digital dalam melakukan transaksi. Salah satu layanan yang berkembang pesat adalah Shopee *PayLater* yang disediakan oleh Shopee. Layanan ini memungkinkan pengguna melakukan pembelian dengan sistem pembayaran di kemudian hari atau cicilan. Shopee *Paylater* sendiri dikelola oleh PT Commerce Finance, yaitu perusahaan pembiayaan yang telah berizin dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). PT Commerce Finance bergerak di bidang pembiayaan konsumen yang mendukung transaksi digital melalui skema kredit atau cicilan. Melalui kerja sama dengan platform Shopee, perusahaan ini menyediakan fasilitas *PayLater* sebagai solusi pembiayaan instan bagi pengguna dalam memenuhi kebutuhan transaksi online secara lebih fleksibel dan praktis.

Seiring dengan kemudahan tersebut, penting untuk mengkaji bagaimana tingkat pemanfaatan layanan ini oleh pengguna. Intensitas penggunaan merupakan tingkat keseringan, kedalaman, dan keterlibatan individu dalam menggunakan suatu produk atau layanan dalam periode waktu tertentu. Intensitas tidak hanya diukur dari seberapa sering layanan digunakan, tetapi juga mencerminkan sejauh

mana individu memiliki ketergantungan dan kecenderungan untuk terus memanfaatkan layanan tersebut dalam aktivitas sehari-hari.

Menurut Ajzen (1991) dalam *Theory of Planned Behavior*, perilaku seseorang dipengaruhi oleh niat (*intention*) yang terbentuk dari sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol diri. Ketika seseorang memiliki sikap positif terhadap suatu layanan serta merasa mudah menggunakannya, maka perilaku penggunaan akan cenderung dilakukan secara berulang. Penggunaan yang berulang inilah yang kemudian membentuk intensitas perilaku.

Selain itu, Jogiyanto (2007) menjelaskan bahwa intensitas penggunaan dalam konteks sistem informasi dan teknologi dapat dilihat dari frekuensi penggunaan, durasi penggunaan, serta tingkat ketergantungan terhadap sistem tersebut. Semakin tinggi frekuensi dan durasi penggunaan suatu layanan digital, maka semakin tinggi pula intensitas penggunaannya.

Dalam konteks layanan keuangan digital, intensitas penggunaan mengacu pada seberapa sering dan seberapa besar individu memanfaatkan fasilitas pembayaran berbasis kredit digital dalam melakukan transaksi. Salah satu layanan yang berkembang pesat adalah Shopee *PayLater* yang disediakan oleh Shopee. Layanan ini memungkinkan pengguna melakukan pembelian dengan sistem pembayaran di kemudian hari atau cicilan.

Intensitas penggunaan Shopee *PayLater* pada mahasiswa dapat dilihat dari seberapa sering mahasiswa menggunakan fitur tersebut dalam berbelanja, seberapa besar nominal transaksi yang dilakukan, serta kecenderungan memilih *PayLater* dibandingkan metode pembayaran lain seperti transfer bank atau *e-wallet*. Semakin

tinggi intensitas penggunaan, maka semakin besar kemungkinan layanan tersebut menjadi bagian dari kebiasaan konsumsi mahasiswa.

Dengan demikian, intensitas penggunaan Shopee *PayLater* dalam penelitian ini diartikan sebagai tingkat keseringan dan keterlibatan mahasiswa dalam memanfaatkan layanan *PayLater* untuk melakukan transaksi pembelian, yang diukur melalui frekuensi penggunaan, durasi penggunaan, jumlah transaksi, dan tingkat ketergantungan terhadap layanan tersebut.

Perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang berasal dari dalam diri individu maupun dari lingkungan sekitarnya. Faktor eksternal meliputi aspek budaya dan sosial, sedangkan faktor internal mencakup karakteristik pribadi dan kondisi psikologis. Interaksi antara faktor-faktor tersebut membentuk pola keputusan pembelian dan kebiasaan konsumsi seseorang.

2.1.1.2 Dimensi Intensitas Layanan Penggunaan Shopee *PayLater*

Menurut Viswanath Venkatesh et al. (2016) dalam model pengembangan teknologi, penggunaan aktual (*actual system use*) dapat diukur melalui beberapa aspek berikut:

1. Frekuensi Penggunaan (*Frequency of Use*)

Frekuensi penggunaan menunjukkan seberapa sering mahasiswa menggunakan layanan *Shopee PayLater* dalam periode tertentu. Semakin sering digunakan, maka semakin tinggi tingkat intensitas penggunaan. Frekuensi ini mencerminkan kebiasaan penggunaan yang terbentuk dari interaksi pengguna dengan sistem. Hal ini sejalan dengan konsep perilaku

penggunaan dalam UTAUT2 yang menggambarkan tingkat penggunaan teknologi secara aktual.

2. Durasi Penggunaan (*Duration of Use*)

Durasi penggunaan mengacu pada lamanya waktu mahasiswa menggunakan layanan Shopee *PayLater* sejak pertama kali digunakan hingga saat ini. Semakin lama durasi penggunaan, maka menunjukkan tingkat keterbiasaan dan kenyamanan pengguna terhadap teknologi. Dalam UTAUT2, lamanya interaksi pengguna dengan sistem mencerminkan tingkat keterlibatan dan adaptasi terhadap teknologi.

3. Penggunaan Aktual/Intensitas Transaksi (*Actual Usage Behavior*)

Intensitas transaksi menggambarkan penggunaan nyata layanan Shopee *PayLater* yang diukur melalui jumlah transaksi dan nominal pembelanjaan. Semakin tinggi aktivitas transaksi, maka semakin tinggi tingkat keterlibatan pengguna terhadap layanan tersebut. Konsep ini sejalan dengan penggunaan aktual (*actual use*) yang menunjukkan tingkat pemanfaatan teknologi secara nyata.

4. Keterlibatan Pengguna (*Engagement*)

Keterlibatan pengguna menunjukkan sejauh mana pengguna aktif berinteraksi dan bergantung pada layanan Shopee *PayLater* dalam memenuhi kebutuhannya. Hal ini dapat dilihat dari kecenderungan pengguna untuk memilih *PayLater* dibanding metode pembayaran lain serta tingkat kenyamanan dalam penggunaannya. Dalam konteks UTAUT2, keterlibatan pengguna memperkuat perilaku penggunaan yang

berkelanjutan, di mana semakin tinggi keterlibatan, maka semakin besar kemungkinan teknologi tersebut menjadi bagian dari kebiasaan pengguna.

2.1.2 Perilaku Konsumtif

2.1.2.1 Pengertian Perilaku Konsumtif

Menurut Icek Ajzen (1991), *Theory of Planned Behavior* menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh niat, yang terbentuk dari sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku. Berdasarkan teori tersebut, perilaku seseorang dapat dipengaruhi oleh dorongan internal maupun faktor lingkungan, termasuk dalam hal pengambilan keputusan konsumsi. Oleh karena itu, ketika individu memiliki kecenderungan atau dorongan tertentu dalam menggunakan suatu layanan, hal tersebut dapat mempengaruhi pola perilakunya, termasuk dalam perilaku konsumtif.

Sumartono (2002) mengatakan bahwa perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan menggunakan suatu produk secara tidak tuntas. Artinya, belum habis suatu produk dipakai, seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek lain atau membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang yang menggunakan produk tersebut.

Sedangkan Lubis (dalam Sumartono, 2002) berpendapat bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi.

Perilaku konsumtif menurut Zebua dan Nurdjayadi (2001) juga menggambarkan suatu tindakan yang tidak rasional dan bersifat kompulsif sehingga secara ekonomis menimbulkan pemborosan dan efisiensi biaya.

Berdasarkan pendapat para ahli, perilaku konsumtif adalah kecenderungan individu melakukan konsumsi berlebihan yang lebih didorong oleh emosi daripada pertimbangan rasional. Perilaku ini ditandai dengan pembelian yang tidak berdasarkan kebutuhan dan berpotensi menimbulkan pemborosan.

2.1.2.2 Elemen Perilaku Konsumtif

Menurut Islamy (2019), terdapat 3 elemen terkait perilaku konsumtif, yaitu sebagai berikut:

1. Pengaruh Iklan dan Promosi

Iklan dan promosi memiliki peran besar dalam membentuk keputusan pembelian. Diskon, *cashback*, dan penawaran khusus dapat mendorong individu melakukan pembelian yang sebelumnya tidak direncanakan. Dalam konteks *e-commerce* dan *PayLater*, strategi promosi yang menarik seringkali memicu pembelian impulsif karena konsumen merasa memperoleh keuntungan secara cepat.

2. Gaya Hidup Hedonis

Gaya hidup hedonis menggambarkan kecenderungan individu untuk mencari kesenangan dan kepuasan melalui aktivitas konsumsi. Mahasiswa dengan gaya hidup hedonis cenderung membeli produk untuk mengikuti tren, menjaga penampilan, atau memperoleh pengakuan sosial. Pembelian

tidak lagi didasarkan pada kebutuhan, tetapi pada kepuasan emosional dan citra diri.

3. Kurangnya Kontrol Diri

Kontrol diri berkaitan dengan kemampuan individu dalam mengendalikan dorongan untuk berbelanja. Semakin rendah tingkat kontrol diri, semakin besar kemungkinan seseorang melakukan pembelian berlebihan. Dalam sistem pembayaran seperti *PayLater*, kemudahan transaksi tanpa pembayaran langsung dapat memperlemah pengendalian diri sehingga meningkatkan perilaku konsumtif.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti, Tahun, Tempat Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1.	Dwi Rorin Mauludin Insana, Ria Susanti Johan, (2021)	Sama-sama meneliti variabel dependen perilaku konsumtif (Y) serta menggunakan pendekatan kuantitatif.	Penelitian terdahulu menggunakan variabel independen uang elektronik, sedangkan penelitian ini menggunakan intensitas penggunaan Shopee <i>PayLater</i> dengan indikator frekuensi, durasi, dan penggunaan aktual.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan uang elektronik memiliki pengaruh sebesar 32% terhadap perilaku konsumtif, yang terlihat dari persamaan regresi $Y = 42,26 + 0,32X$. Nilai korelasi sebesar 0,325 menunjukkan hubungan antara kedua variabel cukup rendah, sedangkan nilai kontribusinya (10,56%) berarti pengaruhnya tidak terlalu besar.	Dwi Rorin Mauludin Insana, Ria Susanti Johan. "Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa". (2021). Jurnal Ekonomi. Universitas Indraprasta PGRI Jakarta.
2.	Madhan Abidzar, Mintasih Indriayu, Aniek Hindrayani, 2023	Sama-sama meneliti pengaruh variabel independen terhadap perilaku	Penelitian terdahulu menggunakan dua variabel independen (dompet digital dan	Hasil dari penelitian ini diperoleh bahwa: (1) Dompet digital berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa di Kota Surakarta, dompet	Madhan Abidzar, Mintasih Indriayu, Aniek Hindrayani. "Pengaruh dompet digital dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif

No	Peneliti, Tahun, Tempat Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
		konsumtif (Y).	literasi keuangan), sedangkan penelitian ini hanya menggunakan satu variabel independen yaitu intensitas penggunaan Shopee <i>PayLater</i> serta menggunakan teknik analisis regresi sederhana.	digital memudahkan mahasiswa untuk berbelanja di mana saja membuat mahasiswa menjadi konsumtif. (2) Literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Surakarta, pemahaman yang baik mengenai keuangan membuat mahasiswa memiliki perilaku konsumtif yang rendah. (3) Dompot digital dan literasi keuangan berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Surakarta.	mahasiswa di Kota Surakarta”. Universitas Sebelas Maret. Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi, ISSN Online: 2549-2284. Kota Surakarta.
3.	Tera Awang Semesta,	Sama-sama meneliti variabel penggunaan sistem pembayaran digital (X) terhadap perilaku konsumtif (Y) pada responden.	Perbedaan terletak pada jenis variabel independen yang digunakan, dimana penelitian terdahulu menggunakan <i>e-money</i> (Go-Pay), sedangkan penelitian ini menggunakan intensitas penggunaan Shopee <i>PayLater</i> dengan indikator frekuensi, durasi, dan penggunaan aktual.	Hasil penelitiandisimpulkan bahwa penggunaan <i>e-money</i> berpengaruh langsung secara signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini mengindikasikan agar para mahasiswa meningkatkan kontrol diri dalam mengimbangi penggunaan emoney, sehingga <i>e-money</i> bisa berfungsi sesuai dengan yang diharapkan, yaitu mampu mempermudah transaksi mahasiswa, dan menghindari sisi buruknya	Tera Awang Semesta. “Pengaruh Go-Pay Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Sma Kolese De Britto”. SMA Kolese De Britto. Jurnal. Yogyakarta.
4.	Mila Mulya Sari, Titin Agustin Nengsih, Ahmad Sayhrizal, (2023)	Sama-sama meneliti variabel dependen perilaku konsumtif	Penelitian terdahulu menggunakan dua variabel independen yaitu literasi	Hasil penelitian ini menunjukkan dalam uji t masing-masing variable literasi keuangan dan gaya hidup secara parsial berpengaruh positif dan	Mila Mulya Sari, Titin Agustin Nengsih, Ahmad Sayhrizal. “Pengaruh Literasi Keuangan Dan

No	Peneliti, Tahun, Tempat Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
		(Y) dengan pendekatan kuantitatif.	keuangan dan gaya hidup, sedangkan penelitian ini hanya menggunakan satu variabel independen yaitu intensitas penggunaan Shopee PayLater serta menggunakan model regresi sederhana.	signifikan terhadap perilaku konsumtif. Pada hasil uji F menunjukkan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.	Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah Angkatan 2018-2019". (2023). Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. JOURNAL OF CREATIVE STUDENT RESEARCH .
5.	Verham Teguh Kusuuma, 2020	Sama-sama meneliti pengaruh penggunaan sistem pembayaran digital (X) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Y).	Perbedaan terletak pada indikator variabel independen, dimana penelitian terdahulu mengukur penggunaan dompet digital secara umum, sedangkan penelitian ini mengukur intensitas penggunaan Shopee PayLater berdasarkan frekuensi penggunaan, durasi penggunaan, dan penggunaan aktual.	Hasil penelitian telah dilakukan pengumpulan data sehingga dapat disimpulkan bahwa penggunaan dompet elektronik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Dompet elektronik sebagai sarana pembayaran non tunai lebih mudah, aman dan efisien serta inovatif membuat mahasiswa mudah dalam bertransaksi <i>online</i> dan transaksi <i>e-commerce</i> .	Verham Teguh Kusuuma. "Pengaruh Dompet Digital dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Surakarta" .2020. Universitas Raharja. Jurnal Ilmiah Sekolah Tinggi Teknologi Informasi NIIT. Tangerang.
6.	Avivi Hilwana. A, Umi Widyastuti, Diena Noviarini, 2025	Sama-sama meneliti variabel perilaku konsumtif (Y) serta menggunakan	Penelitian terdahulu menggunakan beberapa variabel independen yaitu literasi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup positif berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee PayLater di kalangan Generasi Z,	Avivi Hilwana. A, Umi Widyastuti, Diena Noviarini, "Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif

No	Peneliti, Tahun, Tempat Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
		pendekatan kuantitatif.	keuangan dan gaya hidup dengan variabel moderasi kontrol diri, sedangkan penelitian ini hanya menggunakan satu variabel independen yaitu intensitas penggunaan Shopee <i>PayLater</i> tanpa variabel moderasi serta menggunakan analisis regresi sederhana.	sementara literasi keuangan dan pengendalian diri berdampak negatif, yang berarti peningkatan literasi keuangan dan kemampuan pengendalian diri dapat mengurangi kecenderungan belanja berlebihan. Selain itu, pengendalian diri berperan sebagai faktor moderasi yang melemahkan pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif, sehingga menunjukkan pentingnya peningkatan literasi keuangan dan pengendalian diri untuk meminimalkan perilaku konsumtif yang tidak bijak. Temuan ini dapat menjadi dasar bagi penyedia layanan <i>PayLater</i> untuk merancang fitur yang lebih edukatif dan bertanggung jawab.	Pengguna Shopee <i>Pay Later</i> : Peran Moderasi Kontrol Diri pada Generasi Z". 2025. Jurnal Ekonomi dan Manajemen. Universitas Negri Jakarta.
7.	Phyta Rahima, Irwan Cahyadi, 2022	Sama-sama meneliti variabel penggunaan Shopee <i>PayLater</i> (X) terhadap perilaku konsumtif (Y).	Penelitian terdahulu mengukur penggunaan <i>PayLater</i> secara umum, sedangkan penelitian ini mengukur intensitas penggunaan dengan indikator frekuensi, durasi, dan penggunaan aktual.	Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_0 diterima, yang berarti tidak terdapat hubungan antara penggunaan fitur Shopee <i>PayLater</i> dengan perilaku konsumtif mahasiswa, dengan tingkat pengaruh sebesar 2,3%.	Rahima, Irwan Cahyadi. "Pengaruh Fitur Shopee <i>PayLater</i> terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Universitas Mataram". 2022. Jurnal Manajemen Bisnis. Universitas Bumigora.
8.	Sinta Dwi Lestari, Helmi Haris, 2024	Sama-sama meneliti variabel dependen perilaku konsumtif (Y) pada penggunaan Shopee <i>PayLater</i>	Penelitian terdahulu menggunakan beberapa variabel independen yaitu pengaruh sosial, gaya hidup, dan	Pengaruh sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pembelian melalui shopee <i>paylater</i> pada mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta. Namun gaya hidup dan pengendalian diri memiliki pengaruh	Sinta Dwi Lestari, Helmi Haris. "Pengaruh Sosial, Gaya Hidup, dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Melalui Shopee <i>Payletter</i> Pada Mahasiswa

No	Peneliti, Tahun, Tempat Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
		dengan pendekatan kuantitatif.	pengendalian diri, sedangkan penelitian ini hanya menggunakan satu variabel independen yaitu intensitas penggunaan Shopee <i>PayLater</i> dengan indikator frekuensi, durasi, dan penggunaan aktual serta menggunakan model regresi sederhana.	signifikan terhadap perilaku konsumtif pembelian melalui shopee <i>paylater</i> pada mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta. Dan berdasarkan hasil penelitian menggunakan uji F, menunjukkan hasil bahwa pengaruh sosial, gaya hidup dan pengendalian diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pembelian melalui shopee <i>paylater</i> pada mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta.	FEBI UIN RADEN MAS SAID SURAKARTA". 2024. Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
9.	Muhammad Ilham, Saifullah, Gina Salwa Amor, 2023	Sama-sama meneliti pengaruh penggunaan Shopee <i>PayLater</i> terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.	Penelitian terdahulu menggunakan pendekatan perspektif ekonomi syariah, sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan perilaku konsumen dengan indikator intensitas penggunaan.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel penggunaan fitur Shopee <i>Paylater</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah STAIN Bengkalis. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 4,821 dengan nilai t tabel sebesar 2,019, serta nilai signifikansi 0,000 yang berada di bawah 0,05 (tingkat signifikansi). Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar daripada t tabel ($4,821 > 2,019$), sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan Shopee <i>Paylater</i> terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.	Muhammad Ilham, Saifullah, Gina Salwa Amor. "Pengaruh Penggunaan Shopee Payletter Terhadap Prilaku Konsumtif Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Syariah". 2023. Jurnal. Kajian Islam. STAIN Bengkalis.
10.	Adellia Lailatul Putri, Ruly Priantilianingtiasari, 2023	Sama-sama meneliti variabel penggunaan	Penelitian terdahulu menggunakan tiga variabel	Menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku	Adellia Lailatul Putri, Ruly Priantilianingtiasari. "Pengaruh Literasi

No	Peneliti, Tahun, Tempat Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
		Shopee <i>PayLater</i> (X) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Y).	independen yaitu literasi keuangan, penggunaan Shopee <i>PayLater</i> , dan gaya hidup, sedangkan penelitian ini hanya menggunakan satu variabel independen yaitu intensitas penggunaan Shopee <i>PayLater</i> yang diukur melalui frekuensi penggunaan, durasi penggunaan, dan penggunaan aktual.	konsumtif mahasiswa, penggunaan Shopee <i>PayLater</i> memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, dan gaya hidup juga memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.	Keuangan, Penggunaan Shopee Paylater dan Life Style terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa: Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Tahun 2023". 2023. Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi Keuangan & Bisnis Syariah. UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Jawa Timur.

Sumber: Data diambil oleh penulis dari berbagai sumber, 2026

2.2 Kerangka Pemikiran

Faktor-faktor yang mempengaruhi intensitas penggunaan layanan Shopee *PayLater* meliputi beberapa aspek perilaku penggunaan, yaitu frekuensi penggunaan, durasi penggunaan, dan penggunaan aktual. Frekuensi penggunaan mengacu pada seberapa sering mahasiswa menggunakan layanan Shopee *PayLater* dalam melakukan transaksi dalam periode waktu tertentu. Sementara itu, durasi penggunaan merujuk pada lamanya waktu mahasiswa telah menggunakan fitur Shopee *PayLater* sejak pertama kali diaktifkan hingga saat ini. Selain itu, penggunaan aktual menggambarkan tindakan nyata pengguna dalam

memanfaatkan layanan tersebut, seperti jumlah transaksi yang dilakukan serta besarnya nominal pembelanjaan menggunakan Shopee *PayLater*. Ketiga aspek tersebut secara bersama-sama dapat menggambarkan tingkat keterlibatan pengguna dalam memanfaatkan layanan *PayLater* sebagai metode pembayaran dalam transaksi digital.

Shopee *PayLater* merupakan salah satu fitur pembayaran yang disediakan pada platform Shopee yang memungkinkan pengguna melakukan pembelian terlebih dahulu dan melakukan pembayaran di kemudian hari atau melalui sistem cicilan. Kemudahan proses aktivasi, fleksibilitas pembayaran, serta kemudahan dalam melakukan transaksi menjadikan layanan ini banyak dimanfaatkan oleh mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan konsumsi. Namun, kemudahan tersebut juga dapat menimbulkan kecenderungan penggunaan yang berulang, terutama ketika pengguna merasa bahwa layanan tersebut memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi. Kondisi ini dapat meningkatkan intensitas penggunaan layanan Shopee *PayLater* dalam aktivitas belanja mahasiswa.

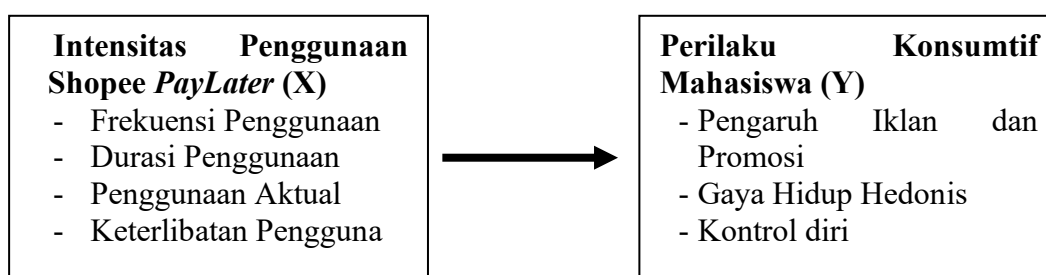
Menurut Putri dan Priantilianingtiasari (2023), penggunaan Shopee *PayLater* memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor, seperti kemudahan dalam melakukan transaksi, adanya kebutuhan mendesak, serta daya tarik promosi yang ditawarkan.

Semakin sering mahasiswa menggunakan layanan Shopee *PayLater*, maka semakin besar kecenderungan mereka untuk melakukan pembelian tanpa perencanaan yang matang dan lebih didorong oleh keinginan dibandingkan kebutuhan. Dengan

demikian, penggunaan Shopee PayLater dapat mendorong dalam meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa dalam aktivitas konsumsi.

Shopee PayLater, maka semakin tinggi pula tingkat perilaku konsumtif mahasiswa. Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini disajikan pada Gambar 2.1 berikut.

Berikut adalah kerangka pemikiran penelitian ini:



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

Sumber: Diolah dari berbagai sumber, 2026

2.3 Hipotesis

Menurut Siregar, (2023:65) Istilah hipotesis berasal dari dua kata, yaitu “*hipo*” yang berarti (sementara) dan “*Thesis*” yang berarti (pernyataan atau teori). Dengan demikian, hipotesis penelitian dapat diartikan sebagai jawaban sementara terhadap permasalahan penelitian yang diajukan. Hipotesis dirumuskan setelah peneliti mengidentifikasi masalah dan melakukan kajian terhadap teori-teori yang relevan dengan topik penelitian. Hipotesis ini bersifat sementara karena kebenarannya masih perlu diuji melalui data dan analisis yang dilakukan selama proses penelitian. Dengan kata lain, hipotesis merupakan dugaan awal yang akan dibuktikan kebenarannya melalui metode penelitian yang sistematis.

Berdasarkan gambaran masalah yang diajukan, maka hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

Terdapat pengaruh yang signifikan antara intensitas penggunaan Shopee *PayLater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan D3 Perbankan dan Keuangan Universitas Siliwangi.