

Pengaruh Kemudahan Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Lifestyle Sebagai Variabel Moderasi

Maharani Dwi Astuti

Prodi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Bangsa, Jl. Inspeksi Kalimantan No. 9, Cibatu, Cikarang Selatan, Kabupaten Bekasi
maharanidwiastuti@mhs.pelitabangsa.ac.id

Sunita Dasman

Prodi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Bangsa, Jl. Inspeksi Kalimantan No. 9, Cibatu, Cikarang Selatan, Kabupaten Bekasi
sunita.dasman@pelitabangsa.ac.id

Article's History:

Received 4 August 2024; Received in revised form 17 August 2024; Accepted 1 September 2024; Published 1 October 2024. All rights reserved to the Lembaga Otonom Lembaga Informasi dan Riset Indonesia (KITA INFO dan RISET).

Suggested Citation:

Astuti, M. D., & Dasman, S. (2024). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Lifestyle Sebagai Variabel Moderasi. JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi). JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi), 10 (5). 2893-2899. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i5.2969>

Abstrak:

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

Keywords: Kemudahan Penggunaan, Lifestyle, Perilaku Konsumtif

Pendahuluan

Kehidupan manusia menjadi lebih mudah dan praktis berkat kemajuan teknologi yang cepat. Teknologi telah membawa perubahan besar dalam dunia perdagangan dan perbelanjaan dalam beberapa dekade terakhir. Salah satu perubahan paling signifikan adalah lahirnya e-commerce. Munculnya e-commerce memanfaatkan kemajuan teknologi dalam sistem transaksi. Salah satu sistem transaksi yang sedang populer di kalangan masyarakat saat ini yaitu fitur paylater. Paylater adalah jenis pembiayaan jangka pendek yang memungkinkan pelanggan melakukan pembelian dan membayarnya di kemudian hari (Nur Ani et al., 2023). Berdasarkan laporan Populix layanan paylater yang memiliki *brand awareness* tertinggi adalah Shopee paylater (Muhamad, 2023). Selain paling populer, Shopee paylater juga paling banyak digunakan. Dari 45% responden yang mengaku pernah menggunakan paylater, 77% diantaranya menjawab pernah menikmati layanan Shopee paylater.

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

berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Namun berbanding terbalik dengan penelitian (Rahima & Cahyadi, 2022), bahwa tidak ada hubungan antara pengaruh penggunaan fitur Shopee paylater terhadap perilaku konsumtif.

Perbedaan pada hasil penelitian menunjukkan adanya gap pada penelitian sebelumnya. Fenomena perilaku konsumtif ini tentunya akan terus berkembang, dikarenakan adanya faktor yang dapat menyebabkan munculnya perilaku konsumtif, salah satunya adalah lifestyle atau gaya hidup (Mustomi & Puspasari, 2020). Dalam penelitian ini ditambahkan lifestyle sebagai pemoderasi kemudahan penggunaan terhadap perilaku konsumtif.

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

Metodologi

Pengembangan Model

Kemudahan Penggunaan dan Perilaku Konsumtif

Kemudahan penggunaan merupakan tingkat dimana inovasi dianggap tidak sulit untuk dipahami, dipelajari atau dioperasikan (Banani & Selvi, 2023). Kemudahan penggunaan menjadi salah satu hal yang dipertimbangkan masyarakat dalam melakukan transaksi online. Fitur Shopee paylater memberikan kemudahan kepada penggunanya untuk melakukan pembelian produk. Kemudahan ini membuat pengguna paylater melakukan pembelian yang berlebihan sehingga menimbulkan perilaku konsumtif. Desfayanti (2021) dalam penelitiannya menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat kemudahan penggunaan maka semakin tinggi pula tingkat perilaku konsumtif.

H1: Kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan perilaku konsumtif

Lifestyle dan Perilaku Konsumtif

Lifestyle adalah gambaran diri seseorang yang mengalami perubahan tingkah laku seperti mengikuti trend yang sedang berkembang dan masuk dalam kebutuhan primer Utami & Pamikatsih (2023). Lifestyle menjadi upaya untuk membuat diri menjadi eksis dengan cara tertentu dan berbeda dari orang lain. Menurut Thamrin & Saleh (2021), lifestyle dan perilaku konsumtif seseorang saling berhubungan, jika lifestyle semakin tinggi maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Haryana (2020), bahwa lifestyle berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

H2: Lifestyle berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif

Lifestyle, Kemudahan Penggunaan dan Perilaku Konsumtif

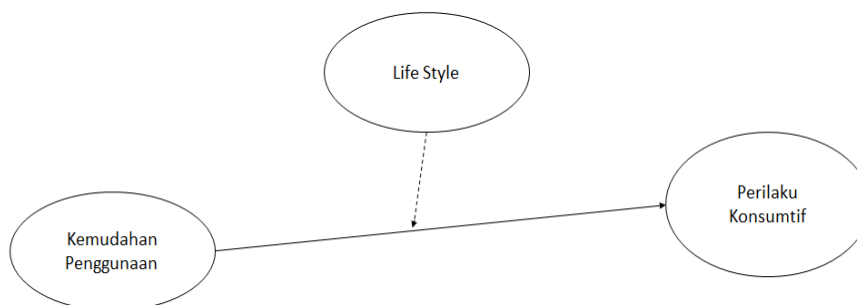
Lifestyle atau gaya hidup merupakan kebiasaan seseorang dalam melakukan kegiatan, minat dan kebiasaan dalam membelanjakan uang (Pulungan & Febriaty, 2018). Dengan adanya kemudahan penggunaan transaksi online meningkatkan perilaku pembelian online konsumen dalam memenuhi gaya hidupnya. Melakukan pembelian online dengan produk yang tidak benar-benar dibutuhkan adalah hal yang menimbulkan perilaku konsumtif. Hasil penelitian sebelumnya menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan Shopee paylater (Carnado & Rahmayanti, 2023). Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater (Rahmawati & Mirati, 2022).

H3: Lifestyle memoderasi hubungan kemudahan penggunaan terhadap perilaku konsumtif

Tabel 1. Variabel dan Indikator

Variabel/ Konsep	Indikator	Skala
Kemudahan Penggunaan (Rahima & Cahyadi, 2022)	- Lama penggunaan - Intensitas - Durasi - Kemudahan pengoperasian - Kepuasan dengan produk - Desain	Interval 1-5
Perilaku Konsumtif (Julita et al., 2022)	- Membeli produk karena iming-iming hadiah - Membeli produk karena kemasannya menarik - Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi - Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status - Memakai produk karena konformitas terhadap model yang mengiklankan	Interval 1-5
Life Style (Haryana, 2020)	- Kepercayaan diri - Koleksi - Status sosial - Hobi	Interval 1-5

Gambar 1. Model Penelitian



Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan yaitu data primer, dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarluaskan melalui google form kepada responden yang merupakan generasi milenial di Kabupaten Bekasi. Kriteria sampel yang dipilih adalah generasi milenial dengan rentang usia 24-39 tahun yang merupakan pengguna Shopee paylater dan berdomisili di Kabupaten Bekasi. Karena populasi generasi milenial di Kabupaten Bekasi tidak diketahui jumlahnya, maka penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus lemeshow dengan tingkat kepercayaan 95% dan tingkat ketelitian 10%. Sehingga sampel dalam penelitian ini yaitu 100 responden.

Metode Analisis

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Populasi pada penelitian ini merupakan seluruh generasi milenial yang ada di Kabupaten Bekasi. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu non-probability sampling dengan teknik purposive sampling. Untuk melakukan analisis data, metode yang digunakan yaitu analisis kuantitatif dengan alat analisis Partial Least Square (PLS) dimana pengolahannya menggunakan software Smart PLS 4.0.

Hasil dan Pembahasan

Responden

Usia responden antara 24 tahun sampai dengan 39 tahun. Responden di dominasi oleh perempuan. Data responden dirangkum pada tabel berikut:

Tabel 2. Karakteristik Responden Penelitian

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

Sumber: Data diolah, 2024

Hasil Analisis

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Tabel 3. Outer Loadings

Kemudahan Penggunaan	Perilaku Konsumtif	Lifestyle
PK1		0.959
PK2		0.972
PK3		0.982
PK4		0.904
PK5		0.946
KP1	0.798	
KP2	0.930	
KP3	0.738	
KP4	0.926	
KP5	0.828	
LS1		0.811
LS2		0.924
LS3		0.880
LS4		0.934
LS5		0.865

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 3, diketahui bahwa nilai outer loading masing-masing variabel laten terhadap indikator-indikatornya menunjukkan nilai di atas 0.5. Artinya semua variabel dinyatakan valid.

Tabel 4. Uji Reliabilitas

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

Sumber: Diolah, 2024

Berdasarkan tabel 5, menunjukkan bahwa nilai cronbach's alpha variabel kemudahan penggunaan (X) senilai 0.900, variabel perilaku konsumtif (Y) senilai 0.975 dan variabel Lifestyle senilai 0.930. Sedangkan nilai

composite reliability variabel kemudahan penggunaan (X) senilai 0.927, variabel perilaku konsumtif (Y) senilai 0.980 dan variabel Lifestyle senilai 0.947. Artinya semua variabel dikatakan reliabel karena memiliki nilai cronbach's alpha dan Composite Reliability > 0.70.

R Square

Tabel 5. Koefisien Determinasi

	R-square	R-square adjusted
Perilaku Konsumtif	0.221	0.197

Sumber: Diolah, 2024

Nilai R Square variabel perilaku konsumtif senilai 0.221. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan dan variabel lifestyle mampu menjelaskan variabel perilaku konsumtif sebesar 22.1%, maka dapat disimpulkan bahwa model dianggap lemah.

Hasil Pengujian Hipotesis

Berdasarkan tabel 6, nilai p value variabel kemudahan penggunaan (X) terhadap perilaku konsumtif (Y) sebesar $0.021 < 0.05$ dan nilai original sampelnya sebesar 0.244 (positif) yang berarti kemudahan penggunaan paylater berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Nilai p value variabel lifestyle terhadap perilaku konsumtif sebesar $0.015 < 0.05$ dan nilai original sampelnya sebesar 0.283 yang berarti lifestyle berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Nilai p value variabel lifestyle*kemudahan penggunaan terhadap perilaku konsumtif sebesar $0.422 > 0.05$ nilai original sampelnya sebesar -0.016 (negatif) yang berarti bahwa lifestyle tidak memperkuat pengaruh kemudahan paylater penggunaan terhadap perilaku konsumtif.

Tabel 6. Path Coefficients

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Kemudahan Penggunaan -> Perilaku Konsumtif	0.244	0.250	0.120	2.031	0.021
Lifestyle -> Perilaku Konsumtif	0.283	0.278	0.130	2.173	0.015
Lifestyle*Kemudahan Penggunaan -> Perilaku Konsumtif	-0.016	0.004	0.080	0.198	0.422

Sumber: Diolah, 2024

Pembahasan

Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap perilaku konsumtif

Kemudahan penggunaan Shopee paylater berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kabupaten Bekasi. Semakin tinggi tingkat kemudahan penggunaan paylater maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif generasi milenial. Kemudahan penggunaan shopee paylater membuat responden lebih sering berbelanja. Fitur paylater memungkinkan penggunaanya untuk membeli barang sekarang dan membayarnya di kemudian hari. Sehingga, menimbulkan perilaku konsumtif pada generasi milenial khususnya di Kabupaten Bekasi. Hal ini mendukung penelitian Julita et al. (2022); Desfayanti (2021); Sari et al. (2023), yang menyatakan bahwa penggunaan Shopee paylater berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.

Lifestyle terhadap perilaku konsumtif

Lifestyle berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kabupaten Bekasi. Generasi milenial yang menjadi responden mudah tertarik dengan produk yang sedang trend dan fashionable. Kebiasaan mengikuti trend dengan membeli produk yang tidak dibutuhkan menimbulkan perilaku konsumtif pada generasi milenial. Hasil ini sejalan dengan penelitian Sudiro & Asandimitra (2022); Wahyuni et al. (2019); bahwa gaya hidup dan perilaku konsumtif memiliki pengaruh signifikan.

Lifestyle dalam Memoderasi Kemudahan Penggunaan terhadap Perilaku Konsumtif

Lifestyle tidak memperkuat pengaruh kemudahan penggunaan paylater terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kabupaten Bekasi. Tinggi atau rendahnya gaya hidup generasi milenial tidak mempengaruhi perilaku konsumtif. Setiap responden memiliki lifestyle yang berbeda-beda, sehingga kemudahan penggunaan Shopee paylater tetap memicu adanya perilaku konsumtif. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya bahwa gaya hidup tidak berpengaruh terhadap penggunaan Shopee paylater (Restike et al., 2024). Gaya hidup tidak berpengaruh secara langsung terhadap perilaku konsumtif (Risnawati et al., 2018).

Kesimpulan

Sebagian besar generasi milenial sudah menggunakan shopee paylater. Kemudahan penggunaan paylater berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Lifestyle berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Variabel lifestyle tidak memperkuat hubungan antara kemudahan penggunaan paylater terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kabupaten Bekasi.

Referensi

- Banani, M. R. S., & Selvi, E. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Shopee Paylater (Studi Kasus Pada Followers Instagram Shopee). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(1), 279–289.
- Carnado, M. H., & Rahmayanti, D. (2023). Analisis Gaya Hidup, Kemudahan dan Religiusitas terhadap Penggunaan Shopee Paylater dengan Hedonic Shopping sebagai Variabel Moderasi. *JTEM: Journal of Islamic Entrepreneurship and Management*, 3(2), 114–126.
- Desfayanti, D. (2021). Hubungan Kemudahan Penggunaan M-Banking dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang Pengguna Shopee. *JURNAL PSIKOLOGI JAMBI*, 06(01), 11–18.
- Haryana, R. D. T. (2020). Pengaruh Life Style , Self Control dan Financial Literacy terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melakukan Online Shopping. *Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 16(1), 29–36.
- Julita, E., B, I., & Yustati, H. (2022). Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(03), 2953–2957. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6775>
- Mustomi, D., & Puspasari, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *CERMIN: Jurnal Penelitian*, 4(1), 133–147. https://doi.org/10.36841/cermin_unars.v4i1.496
- Nur Ani, H., Belinda, P., Mahmudah, A., Indira Fakultas Ekonomi dan Bisnis, I., Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Lamongan, I., Jl Ahmad Dahlan No, L. K., Lamongan, K., Lamongan, K., & Timur, J. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif dan Locus of Control Pada Penggunaan Shopee Paylater. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(2), 509–516. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i2.1082>
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *JURNAL RISET SAINS MANAJEMEN*, 2(3), 103–110. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1410873>
- Rahima, P., & Cahyadi, I. (2022). Pengaruh Fitur Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram. *Target : Jurnal Manajemen Bisnis*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.30812/target.v4i1.2016>
- Rahmawati, G., & Mirati, E. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Pada Generasi Millenial. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(5), 2415–2430.
- Restike, K. P., Prasasti, D., Fitriani, D. I., & Ciptani, M. K. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Pembelian Impulsif, Dan Gaya Hidup Terhadap Penggunaan Shopee Paylater Gen Z. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 22(1), 100–113.
- Risnawati, R., W, S. U. M., & Wardoyo, C. (2018). Pengaruh Pendidikan Ekonomi Keluarga, Gaya Hidup, Modernitas Individu, dan Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif Siswa. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian Dan Pengembangan*, 3(4), 430–436.
- Sari, E. A., Latifah, I., Ararizki, M. A., Jannah, M., & Hidayat, W. (2023). Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim. *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 1(1), 387–

400.

<https://journal.csspublishing.com/index.php/ijm/article/view/144%0Ahttps://journal.csspublishing.com/index.php/ijm/article/download/144/93>

- Sudiro, P. I., & Asandimitra, N. (2022). PENGARUH FINANCIAL LITERACY, UANG ELEKTRONIK, DEMOGRAFI, GAYA HIDUP, DAN KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI MILENIAL. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 10(1), 160–172.
- Thamrin, H., & Saleh, A. A. (2021). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. *Komunida: Media Kominkasi Dakwah*, 11(1), 1–14. <https://doi.org/10.35905/komunida.v11i01>
- Untari, P. H. (2024). Jumlah Pengguna Paylater Didominasi Generasi Milenial, Kedua Gen Z. *Finansial.Bisnis.Com*. <https://finansial.bisnis.com/read/20240307/563/1747389/jumlah-pengguna-paylater-didominasi-generasi-milenial-kedua-gen-z>
- Utami, W. T., & Pamikatsih, T. R. (2023). Pengaruh Financial Literacy, Lifestyle, dan Self Control terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Layanan Gopay di Surakarta. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 2(1), 350–359.
- Wahyuni, R., Irfani, H., & Syahrina, I. A. (2019). Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang. *Jurnal Benefita*, 4(3), 548–559.