



Pengaruh Fitur Pembayaran Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau

Umi Muflihatun¹, T. Romi Marnelly²

Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau^{1,2}

Received: 02 Agustus 2026
Revised: 13 Agustus 2026
Accepted: 02 September 2026

Abstrak

Penelitian ini berjudul Pengaruh Fitur Pembayaran Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau. Kemajuan dalam bidang teknologi dan komunikasi telah membawa akibat yang cukup besar dan berdampak. Salah satu pola yang kian meningkat adalah metode atau cara orang berbelanja atau pergeseran kebiasaan dari cara tradisional ke modern, yaitu *e-commerce* atau berbelanja *online*. Pergeseran kebiasaan konsumsi ini dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kemudahan akses, variasi produk serta harga yang kompetitif yang semua ini menarik perhatian masyarakat untuk berbelanja secara *online*. Penelitian ini menggunakan kuesioner, observasi, dan dokumentasi sebagai instrumen pengumpulan data, dengan teknik purposive sampling (non-probability sampling) yang bersandar pada kriteria tertentu dalam penarikan sampelnya. Hasil pengujian menunjukkan adanya pengaruh positif dari variabel Shopee Paylater terhadap perilaku konsumsi. Bukti ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar 1,628 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi tersebut berada di bawah ambang batas 0,050, maka disimpulkan bahwa fitur Shopee Paylater memiliki kontribusi yang signifikan dalam memicu perilaku konsumsi di kalangan mahasiswa.

Kata Kunci: Fitur Shopee Paylater, Perilaku Konsumsi, Mahasiswa.

(*) Corresponding Author:

Umi.muflihatun0471@student.unri.ac.id¹, t.romi@lecturer.unri.ac.id²

How to Cite: Muflihatun, U., & Marnelly, T. R. (2026). PENGARUH FITUR PEMBAYARAN SHOPEE PAYLATER TERHADAP PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS RIAU. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 12(9.B), 83-95. Retrieved from <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/14162>.

PENDAHULUAN

Transformasi ilmu teknologi dan komunikasi telah membawa pengaruh yang cukup besar dan juga signifikan. Salah satu tren yang semakin populer adalah cara orang berbelanja atau perubahan pola konsumsi dari tradisional menuju modern, *e-commerce* atau berbelanja *online*. Perubahan pola konsumsi masyarakat ini dipengaruhi oleh berbagai aspek seperti kemudahan akses, variasi produk dan harga yang kompetitif telah menarik masyarakat untuk berbelanja secara *online* (Arohman & Vianda, 2020).

Fenomena ini tidak hanya terlihat di kalangan masyarakat, tetapi juga merambah ke kalangan mahasiswa. Mahasiswa merupakan salah satu kelompok yang paling terpengaruh oleh perkembangan zaman, seringkali menjadi konsumen aktif dalam platform *online shop*. Mereka memiliki sifat dan keperluan yang tidak sama dengan kelompok usia lainnya. Kemudahan dalam berbelanja *online* ini menjadi keuntungan, tetapi di sisi lain ada juga kekhawatiran terkait dengan konsumerisme berlebihan dan dampaknya bagian keuangan mahasiswa (Arohman & Vianda, 2020).

Transformasi teknologi dan cara berkomunikasi yang sangat cepat ini telah menjangkau seluruh dunia dan memberikan dampak yang cukup signifikan di kehidupan masyarakat. Selain itu jaringan internet juga memberikan pengaruh terhadap kehidupan mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan. Kemajuan bidang teknologi informasi serta telekomunikasi menciptakan dunia tanpa batas (*borderless*), dan mengakibatkan perubahan yang demikian cepat (Gunawan

& Asriwandari, 2021).

Tabel 1 Data Pengguna E-commerce

No.	Tahun	Jumlah Pengguna E-Commerce
1.	2020	38,72 Juta Pengguna
2.	2021	44,43 Juta Pengguna
3.	2022	50,89 Juta Pengguna
4.	2023	58,89 Juta Pengguna
5.	2024	65,63 Juta Pengguna
6.	2025	73,06 Juta Pengguna

Sumber : Kementerian Perdagangan Republik Indonesia

Dari data di atas dapat dilihat bahwa setiap tahunnya fenomena belanja online semakin populer, setiap tahunnya mengalami peningkatan, mulai dari aplikasi Lazada, Tokopedia, tiktok shop, shopee dan aplikasi populer lainnya. Shopee merupakan salah satu platform terpopuler di Indonesia pada Juli tahun 2025 situs shopee mendapatkan 133,1 juta kunjungan, meningkat 5,6% dibandingkan bulan sebelumnya. Selain itu shopee juga menjadi platform e-commerce paling banyak diunduh secara global pada tahun 2025. Lalu disusul oleh platform Tokopedia yaitu 65,2 juta, platform Blibli 57,4 juta, dan Lazada Indonesia dengan 32,4 juta kunjungan (databoks.co.id.).

Tidak hanya itu, perubahan pola konsumsi masyarakat juga terpengaruh akibat dari kemudahan sistem kredit digital, di mana yang awalnya masyarakat melakukan pembayaran dengan cara cash menjadi cashless (Millah et al., 2025; Utami & Marnelly, 2025). Cashless adalah istilah yang digunakan untuk menjelaskan bawah transaksi yang di gunakan tidak lagi menggunakan uang fisik (baik itu dalam uang koin maupun uang kertas), tetapi menggunakan sarana elektronik seperti kartu debit, kartu kredit, e-banking, atau e payment seperti dana, gopay, paylater dan lain sebagainya.

Paylater merupakan salah satu metode pembayaran yang cukup populer belakangan ini di kalangan generasi milenial dan generasi Z. Metode pembayaran ini lebih populer dibandingkan dengan bank karena dari segi persyaratan, proses verifikasi dan aktivasi yang di katakan lebih mudah dan cepat dan bisa melalui online. Sebelum adanya paylater masyarakat memiliki keterbatasan dalam membeli kebutuhan yang mereka inginkan karena tidak semua orang memiliki kemampuan untuk membayar yang sama (Darsono et al., 2025). Berdasarkan data CNBC Indonesia, pembiayaan kredit paylater pada Februari 2025 tercatat mencapai 36,24 triliun, mengalami kenaikan 27,65% dibandingkan tahun sebelumnya. Dimana berdasarkan kelompok usia berikut ini adalah data jumlah pengguna paylater, yaitu:

Tabel 2 Jumlah Pengguna Paylater Menurut Kelompok Usia

No.	Kelompok Usia	Nilai
1.	< 20 Tahun	6,79%
2.	20-30 Tahun	46,6%
3.	30-40 Tahun	29,19%
4.	40-50 Tahun	13,32%
5.	> 55 Tahun	2,04%

Sumber : CNBC Indonesia, 2025

Dari hasil survey CNBC Indonesia per februari 2025 tercatat bahwa pengguna paylater di dominasi oleh generasi milenial dan gen Z. Lalu untuk *paylater* yang sering di gunakan yaitu sebagai berikut :

Tabel 3 Data Pengguna Paylater

No.	Nama Data	Nilai
1.	Shopee Paylater	89%
2.	GoPaylater	50%
3.	Kredivo	38%
4.	Akulaku Paylater	36%
5.	Travelokas Paylater	27%
6.	Home Credit	16%
7.	Indodana Paylater	13%
8.	Atome	5%

Sumber : *databoks.co.id*.

Dari hasil data di atas salah satu fitur pembayaran paylater yang paling populer adalah pembayaran menggunakan metode shopee paylater, yaitu mencapai angka 89%, shopee pinjam, shopee paylater merupakan sebuah fitur yang di sediakan atau di fasilitasi oleh aplikasi e-commerce shopee untuk mendapatkan barang atau produk yang di inginkan menggunakan paylater atau bayar nanti dengan tenor/kontrak cicilan yang telah di tentukan, Shopee paylater memiliki beberapa keuntungan yaitu angsuran dengan jangka tenor 1 bulan, 3 bulan, hingga 12 bulan sehingga pelanggan dapat memilih jangka waktu tenor sesuai dengan kemampuan pembaran, dan bagi pengguna Shopee paylater limit yang tersedia dapat bertambah hingga mencapai maksimum 50 juta, di samping itu pelanggan juga dapat dengan mudah memenuhi kebutuhan mereka karena proses pendaftaran, verifikasi dan transaksi yang cepat dan instan, ditambah lagi sudah diawasi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) hingga aman, dapat dipercaya (Sujata, T. (2024).

Shopee paylater dalam jangka 1 bulan memiliki bunga sebesar 2,95%, sedangkan untuk tenor 1-12 bulan tidak dijelaskan secara rinci dan signifikan, namun peneliti menyimpulkan bahwa jika tenor yang diambil semakin lama maka bunga yang di berikan juga semakin besar. Selain itu juga ada denda yang harus di tanggung jika konsumen telat membayar cicilan tersebut yaitu sebesar 5% setiap bulannya. Fitur Shopee Paylater ini sangat membantu dalam memenuhi kebutuhan konsumen, konsumen dapat membeli barang yang di butuhkan ketika konsumen belum memiliki uang untuk membelinya, barang tersebut bisa di dapatkan secara cepat dengan cara dicicil.

Hal ini lah yang membuat mahasiswa tertarik untuk menggunakan metode pembayaran shopee paylater, karena mahasiswa dapat membeli kebutuhan yang mereka inginkan dengan mudah dan cepat, apalagi mahasiswa yang memiliki keberagaman keinginan dan kebutuhan terkait gaya hidup. Hal ini lah yang dapat memicu perilaku konsumtif bagi mahasiswa tersebut (Darsono et al., 2025)

Namun, jika konsumen tidak bijak dalam menggunakan shopee paylater ini memiliki resiko yang tinggi di mana konsumen bisa terjebak hutang Paylater di tambah lagi bunga yang semakin tinggi ini terjadi karena ketidak mampuan dalam membayar pada tempo yang sudah di tentukan.

Perkembangan teknologi finansial (Fintech) ini membawa banyak transformasi dalam cara masyarakat berbelanja, seperti hal nya layanan digital shopee paylater yang memengaruhi pola konsumsi masyarakat. Mahasiswa merupakan salah satu kelompok dengan usia aktif dalam pemanfaatan teknologi digital, yang cenderung mengalami kenaikan belanja diakibatkan dari layanan Shopee paylater, selain itu penguasaan layanan ini juga menimbulkan kekhawatiran bahwa hal ini bisa menyebabkan masalah finansial untuk mahasiswa karena rendahnya pemahaman kemelekan finansial dan kemungkinan utang yang menunggak.

Mahasiswa, khususnya yang berada dalam lingkungan perguruan tinggi adalah salah satu kelompok yang adaptif terhadap teknologi digital dan aktif dalam kegiatan e-commerce. Mahasiswa cenderung mengikuti tren dan cara hidup digital, pemakaian tidak hanya ditentukan oleh keperluan, namun juga termasuk dari identitas sosial dan budaya populer (Aureli & Marnelly, 2026). Layanan shopee paylater memfasilitasi perilaku konsumsi yang bersifat impulsif dan tidak terencana. Ketika pembatasan finansial dihilangkan, individu cenderung mengambil keputusan pembelian berdasarkan emosi atau keinginan sesaat atau impulsif. Fenomena perilaku konsumsi ini pada kalangan mahasiswa sering kali di jumpai atau ditemui apa lagi di zaman sekarang.

Adanya perilaku konsumsi ini membawa transformasi pada cara hidup mahasiswa, sikap membeli mahasiswa saat ini sudah terbiasa dengan berbelanja melalui Online Shop, ditambah lagi dengan sistem pembayaran yang semakin mudah, dan lama- kelamaan menjadi sebuah kebiasaan yang menjadikannya sebagai gaya hidup.

Kebiasaan tersebut lah yang terkadang membuat mahasiswa sulit untuk bersikap rasional. Biasanya dalam berbelanja secara online cenderung lebih banyak perempuan di banding laki-laki, karena perempuan lebih cenderung mengikuti tren zaman sekarang, apalagi ketersediaan barang yang beragam, bisa di pilih sesuai selera, dan lebih mudah dalam bertransaksi.

HIPOTESIS PENELITIAN

Bersumberkan pada kajian teoritis serta hasil penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, sehingga rumusan hipotesis dalam penelitian ini ditetapkan sebagai berikut:

- H_o : Fitur pembayaran Shopee Paylater tidak mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.
- H_a : Fitur pembayaran Shopee Paylater mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang diterapkan pada studi ini ialah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Menurut Sugiyono (2020), pendekatan tersebut difungsikan untuk mengkaji hubungan ataupun pengaruh kausalitas (sebab-akibat) di antara dua variabel atau lebih melalui pengujian hipotesis berbasis analisis statistik dan data numerik. Dalam konteks penelitian ini, analisis kuantitatif asosiatif digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana pengaruh pemanfaatan Shopee PayLater terhadap pola konsumsi yang ditunjukkan oleh mahasiswa FISIP Universitas Riau.

Proses analisis data dibantu dengan perangkat lunak Statistical Program for Social Science (SPSS). Informasi yang telah dihimpun melalui kuesioner terlebih dahulu melewati beberapa tahapan sistematis, meliputi pemeriksaan data (editing), pengodean (coding), pengimputan data (data entry) ke dalam program SPSS, hingga tabulasi data.

Sementara itu, penarikan sampel dalam penelitian ini menerapkan metode non-probability sampling melalui teknik purposive sampling. Teknik ini menetapkan sampel secara sengaja bersumberkan pada parameter khusus yang relevan dengan tujuan penelitian (Melani, 2024). Adapun kriteria spesifik yang dikembangkan oleh peneliti adalah sebagai berikut.

- Memiliki akun Shopee aktif
- Aktif menggunakan *e-commerce* Shopee dengan menggunakan fitur pembayaran Shopee *Paylater* selama 6 bulan terakhir.

Akan tetapi, karena peneliti tidak mengetahui berapa jumlah mahasiswa yang memiliki

akun Shopee dan menggunakan fitur Shopee *Paylater* sebagai sarana transaksi, maka peneliti menggunakan rumus Lemeshow untuk menghitung jumlah sampel dipenelitian pada populasi yang tidak diketahui jumlahnya dalam tingkat kesalahan sebesar 10% (Melani. (2024).

$$n = \frac{z^2 \times P(1 - p)}{d^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah Sampel

z : Nilai Standar = 1,96

p : Maksinal Estimasi 50% = 0,5 d :

Tingkat Kesalahan 10%

Dengan rumus di atas, sehingga jumlah sampel yang diteliti adalah berikut ini :

$$\begin{aligned} n &= \frac{1,96^2 \times 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2} \\ n &= \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01} \\ n &= \frac{0,9604}{0,01} \\ n &= 96,04 = 96 \end{aligned}$$

Melalui kalkulasi yang telah dilakukan sebelumnya, ukuran sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini sebanyak 96 responden. Jumlah tersebut sudah mempresentasikan mahasiswa dari 7 program studi yang berada di FISIP Universitas Riau.

Peneliti memanfaatkan dua klasifikasi data, yakni data primer dan data sekunder. Data primer merujuk pada informasi yang dihimpun secara langsung dari subjek penelitian di lapangan. Dalam konsteks ini pengumpulan data primer dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa FISIP Universitas Riau yang terpilih sebagai sampel. Di sisi lain, data sekunder diaplikasikan sebagai instrument pendukung yang bersumber dari literatur termasuk jurnal ilmiah, artikel, laporan resmi, buku, serta situs web yang relevan dengan fokus kajian ini.

Rangkaian analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan mengintegrasikan beberapa tahapan pengujian statistik, ysng meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier sederhana, koefisien determinasi (R²), serta uji signifikansi persial (Uji t). Penerapan metode ini bertujuan utuk memetakan serta mengevaluasi karakteristik hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, baik dalam menentukan arah hubungan yang bersifat positif maupun negative. Keseluruhan data numerik tersebut nantinta dieksplorasi dan diproses dengan memanfaatkan bantuan perangkat lunak SPSS.

HASIL & PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan responden sebanyak 96 orang. Responden- responden tersebut

bersifat homogen dikarenakan sama-sama merupakan mahasiswa yang pernah menggunakan fitur pembayaran Shopee *Paylater*. Namun secara karakteristik masing-masing responden yang memiliki karakteristik yang beragam sehingga peneliti perlu melakukan pengelompokan responden dalam beberapa karakteristik seperti berdasarkan jenis kelamin, berdasarkan jurusan atau program studi dan berdasarkan angkatan.

Karakteristik Responden

Berikut beberapa informasi berdasarkan beberapa kategori atau karakteristik yang berhubungan dengan penelitian ini, yaitu :

a. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin mengelompokkan karakteristik yang memilah antara individu sebagai laki-laki dan perempuan berdasarkan faktor-faktor tertentu seperti organ reproduksi atau fungsi biologis, sifat, ataupun bentuk.

Tabel 4 Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1.	Laki-laki	15	15,62%
2.	Perempuan	81	84,38%
Total		96	100%

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2026

Mengacu ditabel 4 maka ditariklah kesimpulan sebagian besar responden yaitu 84,38% dari total sampel yaitu 96 responden berjenis kelamin perempuan, yang artinya responden perempuan lebih mendominasi. Hal tersebut dapat dipahami bahwa penggunaan fitur Shopee *Paylater* lebih dominan pada mahasiswa perempuan dibandingkan dengan mahasiswa laki-laki, dimana mahasiswa laki-laki hanya 15,62%.

b. Responden Berdasarkan Jurusan/Program Studi

Jurusan merupakan identitas akademik mahasiswa sekaligus pengelompokan mahasiswa berdasarkan bidang keilmuan di bawah lingkup fakultas, pengelompokan ini sesuai dengan jurusan (program studi) ditunjukkan pada tabel berikut ini :

Tabel 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi

No.	Program Studi	Jumlah	Persentase (%)
1.	Adminidtrasi Bisnis	13	13,54%
2.	Administrasi Publik	5	5,21%
3.	Hubungan Internasional	11	11,46%
4.	Ilmu Komunikasi	17	17,71%
5.	Ilmu Pemerintahan	20	20,83%
6.	Sosiologi	18	18,75%
7.	Usaha Perjalanan Wisata	12	12,50%
Total		96	100%

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2026

Tabel 3 memperlihatkan karakteristik responden sesuai dengan program studi diatas menunjukkan bahwa mahasiswa yang paling banyak menggunakan fitur Shopee *Paylater* berasal dari program studi ilmu pemerintahan yaitu berjumlah 20 orang (20,83%).

c. Responden Menurut Tahun Angkatan

Angkatan merupakan indikator tahun ketika mahasiswa mulai masuk di perguruan tinggi. Cara mudah guna mengetahui angkatan atau tahun masuk seseorang mahasiswa dapat dilihat melalui Nomor Induk Mahasiswa yang disingkat NIM, misalnya mahasiswa dengan

NIM 2201110471 yang berarti mahasiswa tersebut memulai masa studinya pada tahun 2022 atau angkatan 2022. Berikut pengelompokan berdasarkan tahun angkatan :

Tabel 6 Responden Berdasarkan Tahun Angkatan

No.	Tahun Angkatan	Jumlah	Persentase(%)
1.	2022	22	22,9%
2.	2023	43	44,8%
3.	2024	31	32,3%
Total		96	100%

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2026

Dilihat dari tabel 6 dapat mayoritas responden pada penelitian ini adalah pengguna fitur pembayaran Shopee *Paylater* yang peneliti temukan terdiri dari 3 (tiga) angkatan yaitu angkatan 2022, 2023, dan 2024. Mayoritas responden merupakan mahasiswa angkatan 2023 atau angkatan 2023 yaitu mencapai 44,8%.

Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan guna mengukur derajat ketepatan antara data empiris yang dihimpun di lapangan dengan karakteristik objek penelitian yang sesungguhnya. Melalui prosedur ini, instrumen penelitian akan dievaluasi untuk menentukan kelayakannya (valid atau invalid) (Sugiyono, 2020). Secara Teknik, penelitian ini melibatkan korelasi antara skor pada tiap butir pertanyaan dengan skor total kumulatif dari variabel yang bersangkutan. Menurut Budi Darma (2021), pengujian ditentukan dengan membandingkan nilai koefisien korelasi *pearson* (r-hitung) terhadap nilai pada (r-tabel). Adapun pengambilan keputusan mengenai keabsahan instrument didasarkan pada parameter berikut:

- Jika $r\text{-hitung} > r\text{ tabel}$, maka butir pertanyaan atau instrument penelitian dinyatakan valid
- Jika $r\text{-hitung} < r\text{ tabel}$, maka butir pertanyaan atau instrumen penelitian dinyatakan tidak valid.

Tabel 7 Hasil Uji Validitas

Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
P1	0,365	0,2006	Valid
P2	0,758	0,2006	Valid
P3	0,375	0,2006	Valid
P4	0,394	0,2006	Valid
P5	0,283	0,2006	Valid
P6	0,497	0,2006	Valid
P7	0,776	0,2006	Valid
P8	0,672	0,2006	Valid
P9	0,830	0,2006	Valid
P10	0,903	0,2006	Valid
P11	0,834	0,2006	Valid
P12	0,896	0,2006	Valid
P13	0,865	0,2006	Valid
P14	0,893	0,2006	Valid

P15	0,900	0,2006	Valid
P16	0,803	0,2006	Valid
P17	0,815	0,2006	Valid
P18	0,464	0,2006	Valid
P19	0,835	0,2006	Valid
P20	0,510	0,2006	Valid
P21	0,628	0,2006	Valid

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2026

Butir pertanyaan dalam kuesioner dikategorikan valid jika nilai koefisien korelasi yang dihasilkan melebihi nilai dari tabel r -hitung $>$ r -tabel. Melalui estimasi ukuran sampel sebesar 96 responden ($N=96$), diperoleh nilai r tabel sebesar 0,2006 pada tingkat signifikansi yang ditentukan. Berdasarkan hasil pengolahan data empiris, seluruh instrumen yang berjumlah 21 item dinyatakan dalam penelitian ini sah atau valid. Hal tersebut dikarenakan setiap butir pertanyaan secara konsisten menunjukkan perolehan nilai r -hitung yang berada di atas atau lebih besar dari 0,2006.

Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan guna mengevaluasi tingkat konsistensi instrumen penelitian, memastikan bahwa alat ukur tersebut sanggup menghasilkan data konsisten meskipun digunakan dalam waktu penelitian yang berbeda. Dalam penelitian ini, tingkat keandalan instrumen dikuru secara statistik menggunakan metode *Cronbach's Alpha* Adapun ringkasan data hasil uji reliabilitas tersebut disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 8 Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.948	21

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2026

Bersumberkan pada data yang disajikan pada tabel tersebut, seluruh indikator telah memenuhi kriteria keandalan yang ditetapkan. Nilai *cronbach's alpha* yang didapat ialah sebesar 0,948, dimana angka ini secara signifikan melampaui batas minimum yang diisyaratkan, yaitu 0,70. Dengan demikian, seluruh instrumen dalam penelitian ini dinyatakan reliabel dan valid untuk digunakan dalam pengumpulan data.

Uji Regresi Linier Sederhana

Metode analisis statistik yang dipakai guna menguji hubungan antara satu variabel independen dan satu variabel dependen adalah regresi linier sederhana. Dalam konteks penelitian ini, pendektan tersebut diterapkan guna mengestimasi sejauh mana pengaruh fitur pembayaran Shopee Paylater terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Implementasi ini memerlukan estimasi parameter, yang secara umum di proyeksi melalui nilai a (konstanta) dan b (koefisien regresi). Berdasarkan sampel yang diteliti, formulasi regresi linier sederhana dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Nilai yang diukur atau dihitung pada variabel tidak bebas X = Nilai tertentu dari variabel bebas

a = Intersep atau perpotongan garis regresi dengan sumbu Y

b = Koefisien regresi untuk mengukur besarnya pengaruh x terhadap y

Tabel 9 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5.116	2.846		-1.797	.075
	X	1.628	.181	.680	8.994	.000
a. Dependent Variable: Konsumsi						

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2026

Dilihat dari tabel 9 di atas, didapat persamaan regresi yaitu sebagai berikut :

$$Y = -5,116 + 1,628X$$

Output analisis regresi tersebut mengindikasikan bahwa variabel fitur pembayaran Shopee Paylater memiliki koefisien regresi positif sebesar 1,628 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi tersebut jauh lebih kecil dari 0,050 dapat disimpulkan bahwa penggunaan fitur Shopee Paylater berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Pola hubungan ini mencerminkan adanya pengaruh searah, dimana peningkatan intensitas penggunaan Shopee Paylater akan diikuti oleh peningkatan perilaku konsumsi mahasiswa.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan parameter yang dipakai guna mengevaluasi sejauh mana variasi pada variabel dependen bisa dijelaskan oleh variabel independe secara proporsional. Pengujian ini berfokus pada perolehan nilai R Square yang bergerak dalam rentang angka 0 hingga 1. Besaran koefisien determinasi ini merepresentasikan tingkat kontribusi atau daya penjas variabel bebsa (X) terhadap variabel terikat (Y). Semakin mendekati angka satu, nilai koefisien determinasi tersebut sehingga semakin kuat pula kemampuan variabel X dalam memprediksi atau menerangkan perubahan pada variabel Y.

Tabel 10 Hasil dari Koefisien Determinasi

Model Summary		
Model	RR Square	
1	.680 ^a	.463
a. Predictors: (Constant), SPaylater		

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2026

Bersumberkan pada data pada tabel 10, hasil pengujian koefisien determinasi menunjukkan nilai R Square sebesar 0,463. Temuan ini mengindikasikan bahwa variabel fitur pembayaran Shopee Paylater memberikan kontribusi sebesar 46,3% terhadap variasi perilaku konsumsi mahasiswa. Sementara itu, sisa proporsi sebesar 53,7% dijelaskan oleh variabel-

variabel lain di luar penelitian ini.

UJI t (Persial)

Uji t diterapkan guna mengevaluasi signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara persial atau individual. Metode pengujian ini relevan dipakai dalam penelitian yang menguji satu maupun beberapa variabel bebas sekaligus. Mekanisme uji t dilakukan dengan membandingkan nilai t-hitung terhadap t-tabel pada taraf signifikansi $\alpha = 5\%$. Apabila nilai t-hitung lebih besar dari pada t-tabel, maka hipotesis penelitian (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Sebaliknya jika nilai t hitung lebih kecil daripada t tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak (Athira Maharani Rauf, Mariah, 2023)

Tabel 11 Uji -t (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5.116	2.846		-1.797	.075
	X	1.628	.181	.680	8.994	.000
a. Dependen Variable: Konsumsi						

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2026

Dari hasil data di atas nilai yang memperlihatkan hasil dari menguji hipotesis yaitu pada output coefficients pada tabel 11 diatas.

a. H_a : Fitur pembayaran Shopee Paylater (X) memengaruhi perilaku konsumsi (Y) secara parsial.

Pengujian hipotesis penelitian ini didasarkan pada nilai parameter yang tertera pada output coefficients dalam tabel 11. Hipotesis yang diajukan adalah H_a yang menyatakan bahwa fitur pembayaran Shopee Paylater (X) mempunyai pengaruh parsial terhadap perilaku konsumsi (Y). Berdasarkan hasil uji statistic t, variabel Shopee Paylater menunjukkan nilai t-hitung sebesar 8,994 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000, nilai tersebut jauh lebih rendah dari 0,050, dapat disimpulkan bahwa fitur pembayaran Shopee Paylater berpengaruh positif serta signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Dengan demikian hipotesis penelitian H_a dinyatakan diterima dan didukung secara empiris.

Pengaruh Fitur Pembayaran Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa

Temuan dalam penelitian ini menegaskan bahwa keberadaan Shopee Paylater memberikan dampak nyata terhadap perilaku konsumsi. Merujuk pada data koefisien regresi, variabel fitur pembayaran Shopee Paylater menghasilkan nilai koefisien positif sebesar 1,628 dengan indeks signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai probabiliti ini jauh di bawah ambang batas 0,050 hal tersebut membuktikan bahwa Shopee Paylater memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Hasil analisis ini juga sejalan dengan kajian terdahulu yang dilakukan oleh Rauf dan Mariah (2023) yang menunjukkan pola pengaruh serupa pada penggunaan fitur pembayaran digital tersebut.

Selanjutnya, hasil pengujian koefisien determinasi mengonfirmasi bahwa fitur

pembayaran Shopee Paylater memberikan kontribusi sebesar 46,3% dalam memengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa. Proporsi ini menegaskan adanya keterkaitan yang signifikan antara aksesibilitas Shopee Paylater dengan dinamika konsumsi di kalangan mahasiswa. Fenomena tersebut selaras dengan teori simulasi yang dikemukakan oleh Jean Baudrillard, yang menggambarkan suatu kondisi ketika realitas objektif digantikan oleh tanda atau representasi yang tidak lagi memiliki hubungan dengan keaslian nilai guna (Simanullang et al., 2025).

PENUTUP

Kesimpulan

Bersumberkan pada hasil penelitian yang dilakukan melalui distribusi kuesioner kepada 96 responden mahasiswa guna menguji judul “*Pengaruh Fitur Pembayaran Shopee Paylater Terhadap Perilaku Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau*”, sehingga bisa ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Fitur pembayaran Shopee Paylater terbukti mempunyai pengaruh positif dan signifikan yang searah terhadap perilaku konsumsi mahasiswa FISIP Universitas Riau. Pola ini menunjukkan bahwa peningkatan intensitas pengguna Shopee Paylater akan diikuti secara langsung oleh peningkatan perilaku konsumsi mahasiswa. Keberadaan fasilitas kredit ini atau fitur Shopee Paylater mengonstruksi ilusi daya beli (simulasi kemampuan finansial) melalui stimulasi fitur cicilan, promo, diskon, serta fasilitas gratis ongkir meskipun pada realitanya mahasiswa belum memiliki ketersediaan dana yang memadai. Dampaknya, orientasi konsumsi bergeser dari pemenuhan kebutuhan dasar (*needs*) menjadi perburuan simbol dan citra semata, dimana aktivitas pembelian dilakukan demi mengadopsi tren digital serta menjaga eksistensi di media sosial.

Saran

Untuk mahasiswa dan seluruh pengguna Shopee Paylater penulis menyarankan untuk menggunakan Shopee Paylater merupakan sebuah utang yang dimiliki dengan pihak Shopee, dan lebih berhati-hati dalam penggunaan fitur tersebut. Penulis menyarankan untuk jangan terlalu nyaman dengan penggunaan fitur tersebut karena memiliki resiko yang tinggi. Mahasiswa perlu meningkatkan literasi keuangan digital, kampus dapat memberikan edukasi mengenai resiko utang digital. Peneliti selanjutnya dapat mengkaji aspek gaya hidup digital atau budaya konsumsi mahasiswa secara kualitatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2022). Metodologi penelitian kuantitatif. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Arohman, A., & Vianda, N. C. (2020). Analisis pengaruh online shop terhadap perilaku konsumsi pada mahasiswa FEB UMPRI (Studi kasus pada mahasiswa angkatan 2016). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen: Jurnal Ilmiah Multi Science*, 11(2), 134–145. <https://doi.org/10.52657/jiem.v11i2.1279>
- Athira Maharani Rauf, Mariah, & Syahrir, B. (2023). Pengaruh penggunaan fitur Shopee Paylater dan fitur COD sebagai pembayaran digital terhadap perilaku konsumen mahasiswa di Makassar. *Akuntansi dan Manajemen*, 1(1).

- Aureli, D., & Marnelly, T. R. (2026). Korean wave sebagai fenomena budaya populer di kalangan mahasiswi FISIP Universitas Riau. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 13(4), 864–870. <https://doi.org/10.31604/jips.v13i4.2026.864-870>
- Bado, B., Astuty, S., Retno, D., Astuti, D., & Rajab, A. (2025). Analisis dampak layanan paylater terhadap perilaku konsumsi mahasiswa di Kota Makassar. *Jurnal Bisnis Net*, 8(1), 181–187.
- Bungin, B. (2005). Metodologi penelitian sosial: Format-format kuantitatif dan kualitatif. Kencana Prenada Media Group.
- Darma, B. (2021). Statistik penelitian menggunakan SPSS. Guepedia.
- Darsono, S. N. A. C., Rizarda, M., & Johari, S. M. (2025). Fenomena paylater di kalangan mahasiswa: Gaya hidup, sosial, dan motivasi hedonisme sebagai pemicu perilaku konsumsi. *Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 125–138. <https://doi.org/10.18196/rabin.v9i1.26015>
- Djalal, T., Adam, A., & Kamaruddin, S. A. (2022). Masyarakat konsumen dalam perspektif teori kritis Jean Baudrillard. *Journal of Social and Educational Studies*, 3(2), 255–260.
- Gunawan, R., & Asriwandari, H. (2021). Online shop sebagai cara belanja di kalangan mahasiswa Universitas Riau. *JOM FISIP*, 8(1), 1–13.
- Julita, E., B, I., & Yustati, H. (2022). Pengaruh penggunaan Shopee Paylater terhadap perilaku konsumsi mahasiswa muslim. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2953–2961. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6775>
- Julyati Hisyam, C., Shafa Darmawan, G., Daffa Adi Prayogo, M., & Adhitya Pratama, R. (2024). Habitus mempengaruhi gaya hidup dan identitas sosial mahasiswa Universitas Negeri Jakarta menurut perspektif Bourdieu. *Jurnal Motivasi Pendidikan dan Bahasa*, 2(2), 80–92. <https://doi.org/10.59581/jmpb-widyakarya.v2i2.3378>
- Lutfiah, L., Basri, M., & Kuswanti, H. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Tanjungpura Pontianak. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa*, 11(3), 1–10. <https://doi.org/10.26418/jppk.v11i3.53456>
- Melani. (2024). Pengaruh fitur pembayaran Shopee Paylater dan promo flash sale pada e-commerce Shopee terhadap perilaku konsumsi mahasiswa perantau di Kota Pekanbaru.
- Millah, A., Muslikhati, & Hakim, A. L. (2025). Perubahan pola konsumsi Gen Z sebagai dampak digitalisasi ekonomi. *Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 12(1), 65–76.
- Mursalina, A., Hasanah, H., & Efriani, E. (2024). Perilaku konsumsi mahasiswa pengguna Shopee Paylater. *Balale': Jurnal Antropologi*, 5(1), 29–51. <https://doi.org/10.26418/balale.v5i1.78054>
- Ropip, A. (2023). Analisis pemikiran Jean Baudrillard tentang simulasi dan realitas dalam konteks era digital. *Jurnal Filsafat dan Pemikiran Sosial*, 24, 905–921.
- Saumantri, T., & Zikrillah, A. (2020). Teori simulacra Jean Baudrillard dalam dunia komunikasi media massa. *Orasi: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 11(2), 247–261. <https://doi.org/10.24235/orasi.v11i2.7177>
- Simon, J., & Gurning, P. (2025). Transaksi belanja online melalui paylater pada masyarakat di Kota Pekanbaru. *Jurnal Sosiologi dan Ekonomi*, 11(1), 109–123.
- Sugiyono. (2020). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. D., & Syafitri, R. (2023). Kerangka berpikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.

- Utami, D., & Marnelly, T. R. (2025). Fenomena budaya K-Pop pada pola konsumsi fandom Carat (K-Boygroupp Seventeen) di Kota Pekanbaru. *ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora*, 5(1). <https://doi.org/10.53697/iso.v5i1.2349>
- Wati, A., & Ningsih, S. H. (2023). Analisis hukum ekonomi syariah dalam transaksi paylater pada aplikasi Shopee. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 2(1), 98–108. <https://doi.org/10.37968/jhesy.v2i1.434>