

PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGUNAKAN SHOPEE PAYLATER TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z

Ira Monika¹, Rismawati², Umban Adi Jaya³

halloiramonika@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sains Indonesia, Kota Bekasi

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan signifikan dalam pola konsumsi masyarakat, khususnya di kalangan Generasi Z yang sangat aktif dalam aktivitas belanja online. Fenomena ini semakin menguat dengan hadirnya layanan Buy Now Pay Later seperti Shopee PayLater, yang menawarkan kemudahan transaksi tetapi juga berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan keputusan pembelian menggunakan Shopee PayLater terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kabupaten Sukabumi. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Sampel penelitian sebanyak 100 responden ditentukan dengan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria usia 18-27 tahun, berdomisili di Kabupaten Sukabumi dan pernah menggunakan Shopee PayLater. Analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda melalui uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian diharapkan menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif, sedangkan keputusan pembelian menggunakan Shopee PayLater berpengaruh positif. Secara simultan, kedua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian perilaku konsumen digital, serta implikasi praktis bagi generasi muda agar lebih bijak dalam mengelola keuangan dan menggunakan fasilitas kredit digital.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Keputusan Pembelian, Shopee Paylater, Perilaku Konsumtif, Generasi Z

Abstract

The rapid development of digital technology has significantly transformed consumer behavior, particularly among Generation Z, who are highly active in online shopping activities. This phenomenon has become more prominent with the emergence of Buy Now Pay Later services such as Shopee PayLater, which provide payment convenience but also potentially increase consumptive behavior. This study aims to analyze the effect of financial literacy and purchase decisions using Shopee PayLater on the consumptive behavior of Generation Z in Sukabumi Regency. The research method applied is quantitative, with data collected through questionnaires. The sample consisted of 100 respondents selected using purposive sampling based on criteria of being 18–27 years old, residing in Sukabumi and having used Shopee PayLater. Data were analyzed using multiple linear regression through validity, reliability, classical assumption tests, t-test, F-test, and the coefficient of determination. The results are expected to show that financial literacy negatively affects consumptive behavior, while purchase decisions using Shopee PayLater have a positive effect. Simultaneously, both independent variables significantly influence consumptive behavior. This research contributes theoretically to the development of digital consumer behavior studies and provides practical implications for young generations to be wiser in managing their finances and using digital credit services.

Keywords:

Financial Literacy, Purchase Decision, Shopee Paylater, Consumptive Behavior, Generation Z

Pendahuluan

Perilaku konsumtif (Y) merupakan salah satu fenomena penting dalam studi perilaku konsumen yang mencerminkan kecenderungan individu untuk melakukan pembelian tanpa perencanaan yang matang, lebih dipengaruhi oleh dorongan emosional daripada kebutuhan rasional. Dalam konteks era digital, perilaku konsumtif menjadi semakin menonjol seiring dengan meningkatnya akses terhadap teknologi dan kemudahan berbelanja secara daring. Berdasarkan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2025, tingkat penetrasi internet di Indonesia mencapai 80,66%, dengan jumlah pengguna aktif sebesar 229,4 juta jiwa. Dari total tersebut, kelompok Generasi Z (lahir 1997–2012) menyumbang 25,54% dan menjadi pengguna internet paling aktif. Generasi ini juga tercatat sebagai kelompok yang paling sering melakukan transaksi belanja daring, sehingga menjadi target utama bagi industri e-commerce di Indonesia (APJII, 2025). Fakta ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif telah menjadi bagian dari gaya hidup Gen Z, yang seringkali melakukan pembelian bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan karena pengaruh tren, promosi, dan tekanan sosial. Salah satu faktor utama yang memengaruhi perilaku konsumtif adalah literasi keuangan (X1). Literasi keuangan merupakan kombinasi pengetahuan, sikap, dan perilaku individu dalam mengelola sumber daya keuangan secara efektif untuk mencapai kesejahteraan (OECD, 2022). Dimensi literasi keuangan mencakup pemahaman terhadap konsep dasar keuangan, kemampuan dalam menyusun anggaran, kebiasaan menabung, serta sikap bijak dalam penggunaan produk keuangan, termasuk layanan digital. Individu dengan tingkat literasi keuangan yang rendah cenderung kesulitan mengelola pengeluaran, tidak memahami risiko utang, dan lebih rentan terhadap perilaku konsumtif.

Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2025, kelompok usia 15–17 tahun yang termasuk dalam Gen Z memiliki indeks literasi keuangan sebesar 51,68%, lebih rendah dari rata-rata nasional 66,46%. Sementara itu, kelompok usia 18–25 tahun memiliki indeks 73,26%, yang menunjukkan bahwa meskipun pemahaman finansial mereka cukup baik, masih terdapat tantangan signifikan dalam pengelolaan keuangan digital. Hal ini memperlihatkan bahwa rendahnya literasi keuangan dapat berimplikasi pada meningkatnya risiko perilaku konsumtif di kalangan generasi muda (Ojk, 2025). Selain literasi keuangan, keputusan pembelian menggunakan Shopee PayLater (X2) juga menjadi faktor penting yang turut memperkuat perilaku konsumtif Gen Z. Shopee PayLater merupakan fasilitas pembayaran digital yang memungkinkan konsumen melakukan pembelian dengan sistem cicilan atau tempo, sehingga memberikan kemudahan bertransaksi tanpa harus membayar langsung. Layanan ini diminati karena menawarkan fleksibilitas, kemudahan, dan berbagai promo eksklusif. Namun, kemudahan tersebut seringkali mendorong individu untuk melakukan pembelian tanpa perencanaan yang matang. Berdasarkan survei Katadata Insight Center, Shopee PayLater menjadi layanan paylater paling populer di Indonesia dengan tingkat penggunaan sebesar 78,4%, disusul oleh GoPayLater (33,8%), Kredivo (23,2%), dan Akulaku (20,4%) (Setyowati, 2022). Penelitian oleh (Lestari et al., 2021) menunjukkan bahwa fitur ShopeePay dan Shopee PayLater memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Demikian pula, Pratnyawati & Mardiana, (2023) menemukan bahwa penggunaan Shopee PayLater berpengaruh positif terhadap

perilaku pembelian impulsif di kalangan mahasiswa.

Beberapa penelitian terdahulu turut memperkuat fenomena ini. (Ani et al., 2023) menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif, sedangkan Pamungkas & Putri (2024) menunjukkan bahwa literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan layanan paylater berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Sementara itu, Rahmawati & Mirati (2022) menegaskan bahwa faktor gaya hidup dan keputusan pembelian dapat meningkatkan kecenderungan konsumtif, meskipun tingkat literasi keuangan seseorang cukup baik. Meskipun banyak penelitian sebelumnya telah membahas hubungan antara literasi keuangan, keputusan pembelian menggunakan layanan paylater, dan perilaku konsumtif, penelitian ini memiliki perbedaan dari segi lokasi, objek, dan konteks penelitian. Sebagian besar penelitian terdahulu dilakukan di wilayah perkotaan besar atau pada mahasiswa di universitas ternama, sedangkan penelitian ini difokuskan pada Generasi Z di wilayah Kabupaten Sukabumi, yang merupakan kawasan semi-perkotaan dengan karakteristik sosial ekonomi yang berbeda. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris yang lebih spesifik dan relevan terhadap pemahaman mengenai pengaruh literasi keuangan dan keputusan pembelian menggunakan Shopee PayLater terhadap perilaku konsumtif generasi muda di tingkat lokal

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang dilakukan di Kabupaten Sukabumi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Generasi Z yang menggunakan Shopee PayLater di Kabupaten Sukabumi. Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Lemeshow dengan tingkat kepercayaan 95% ($Z = 1,96$), proporsi keberhasilan 50% ($p = 0,5$), dan batas kesalahan sebesar 10% ($d = 0,1$), sehingga diperoleh jumlah sampel sebesar 96,04 responden yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan kriteria responden merupakan Generasi Z berusia 18–27 tahun, berdomisili di Kabupaten Sukabumi, serta pernah melakukan transaksi menggunakan Shopee PayLater minimal satu kali. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner tertutup yang disusun berdasarkan definisi operasional variabel dan indikator pada setiap dimensi penelitian. Pengukuran setiap pernyataan menggunakan skala Likert lima tingkat, yaitu Sangat Tidak Setuju (1), Tidak Setuju (2), Netral (3), Setuju (4), dan Sangat Setuju (5). Variabel literasi keuangan (X_1) diukur melalui dimensi pengetahuan keuangan, sikap keuangan, perilaku keuangan, dan literasi keuangan digital berdasarkan OECD (2022), sedangkan variabel keputusan pembelian menggunakan Shopee PayLater (X_2) diukur melalui dimensi kemudahan, biaya, kepuasan, kepercayaan, dan persepsi risiko berdasarkan Kotler, Keller, dan Chernev (2022). Sementara itu, variabel perilaku konsumtif (Y) diukur melalui dimensi dorongan internal, pengaruh emosional, pengaruh situasional, dan konsumsi hedonis berdasarkan Solomon (2020).

Setiap indikator dijabarkan ke dalam beberapa butir pernyataan yang disesuaikan dengan karakteristik dan kondisi responden. Data yang terkumpul selanjutnya dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan (X_1) dan keputusan pembelian menggunakan Shopee PayLater (X_2) terhadap perilaku konsumtif (Y), baik secara parsial maupun simultan. Sebelum analisis regresi dilakukan, instrumen penelitian terlebih dahulu diuji melalui uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan bahwa setiap butir pernyataan mampu mengukur variabel penelitian secara tepat dan konsisten. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi persyaratan analisis (Sugiyono, 2023; Ghazali, 2021). Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial dan uji F untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan dan keputusan pembelian menggunakan Shopee PayLater terhadap perilaku konsumtif secara simultan. Selain itu, koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel literasi keuangan dan keputusan pembelian menggunakan Shopee PayLater dalam menjelaskan variasi perilaku konsumtif pada Generasi Z di Kabupaten Sukabumi.

Hasil dan Pembahasan

Hasil Uji Instrumen

Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini dilaksanakan dengan melibatkan 100 responden untuk diuji validitas melalui aplikasi SPSS Statistics versi 25. Item instrumen dianggap valid jika nilai korelasi (r hitung) setiap item lebih besar dari nilai r tabel, yang pada signifikansi 5% memiliki nilai ambang sebesar 0,195

Tabel 1 Hasil Uji Validitas Literasi Keuangan

Item Pertanyaan	R Hitung		R Tabel	Keterangan
X1.1	0,615	>	0,195	VALID
X1.2	0,593	>	0,195	VALID
X1.3	0,556	>	0,195	VALID
X1.4	0,514	>	0,195	VALID
X1.5	0,522	>	0,195	VALID
X1.6	0,632	>	0,195	VALID
X1.7	0,525	>	0,195	VALID
X1.8	0,590	>	0,195	VALID
X1.9	0,611	>	0,195	VALID
X1.10	0,660	>	0,195	VALID
X1.11	0,635	>	0,195	VALID
X1.12	0,542	>	0,195	VALID

Berdasarkan hasil uji validitas pada variabel Literasi Keuangan seluruh 12 item memiliki nilai r hitung berkisar antara 0,514 sampai 0,660 lebih besar dari r tabel 0,195. Dengan demikian, seluruh item Literasi Keuangan dinyatakan valid dan layak digunakan untuk mengukur konstruk Literasi Keuangan.

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Paylater

Item Pertanyaan	R Hitung		R Tabel	Keterangan
X2.1	0,550	>	0,195	VALID
X2.2	0,696	>	0,195	VALID
X2.3	0,477	>	0,195	VALID
X2.4	0,532	>	0,195	VALID
X2.5	0,564	>	0,195	VALID
X2.6	0,514	>	0,195	VALID
X2.7	0,470	>	0,195	VALID
X2.8	0,500	>	0,195	VALID
X2.9	0,375	>	0,195	VALID
X2.10	0,571	>	0,195	VALID
X2.11	0,587	>	0,195	VALID
X2.12	0,515	>	0,195	VALID
X2.13	0,569	>	0,195	VALID
X2.14	0,653	>	0,195	VALID
X2.15	0,543	>	0,195	VALID

Berdasarkan hasil uji validitas Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Paylater seluruh 15 item memiliki nilai r hitung berkisar antara 0,375 sampai 0,696 lebih besar dari r tabel 0,195. Oleh karena itu, seluruh item variabel Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Paylater dinyatakan valid.

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Perilaku Konsumtif

Item Pertanyaan	R Hitung		R Tabel	Keterangan
Y.1	0,578	>	0,195	VALID
Y.2	0,630	>	0,195	VALID
Y.3	0,690	>	0,195	VALID
Y.4	0,641	>	0,195	VALID

Y.5	0,543	>	0,195	VALID
Y.6	0,543	>	0,195	VALID
Y.7	0,677	>	0,195	VALID
Y.8	0,660	>	0,195	VALID
Y.9	0,580	>	0,195	VALID
Y.10	0,585	>	0,195	VALID
Y.11	0,677	>	0,195	VALID
Y.12	0,526	>	0,195	VALID

Berdasarkan hasil uji validitas variabel Perilaku Konsumtif seluruh 12 item memiliki nilai r hitung berkisar antara 0,526 sampai 0,690 lebih besar dari r tabel 0,195. Dengan demikian, keseluruhan item variabel Perilaku Konsumtif dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang diteliti. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha, yang dimana suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60, yang menunjukkan bahwa instrumen tersebut memiliki tingkat keandalan yang memadai untuk digunakan dalam penelitian.

Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Batas Kritis	Keterangan
Literasi Keuangan	0,820	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Paylater	0,827	0,60	Reliabel
Perilaku Konsumtif	0,847	0,60	Reliabel

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan sebesar 0,820, variabel Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Paylater sebesar 0,827, dan variabel Perilaku Konsumtif sebesar 0,847. Seluruh nilai lebih besar dari 0,60, sehingga masing-masing variabel dinyatakan reliabel. Hasil ini menunjukkan bahwa item-item di dalam setiap variabel memiliki konsistensi internal yang memadai untuk digunakan pada analisis berikutnya.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		114
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.23919669
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.033
	Negative	-.076
Test Statistic		.076
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.120
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.110
	99% Confidence Interval Lower Bound	.102
	Upper Bound	.118

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan hasil pengujian uji normalitas dengan metode Kolmogorov-Smirnov pada gambar di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,120 lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, residual model regresi dinyatakan berdistribusi normal. Hasil Monte Carlo Sig menunjukkan nilai sebesar 0,110 juga berada di atas 0,05 sehingga memberikan kesimpulan yang sama.

Uji Multikolinearitas

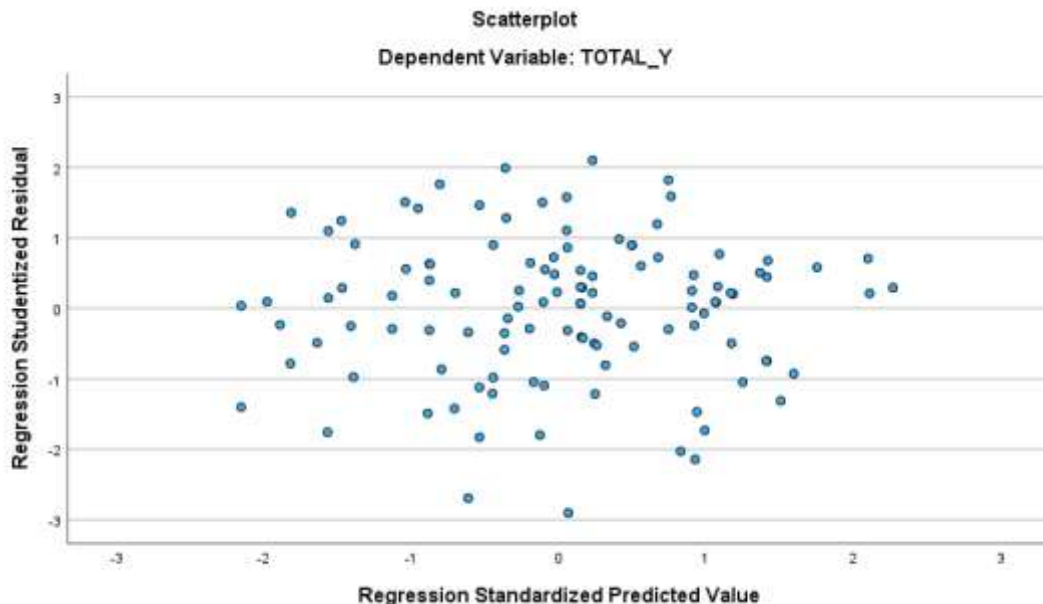
Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	42.050	11.901	3.533	.001		
	TOTAL_X1	-.352	.128	-.329	.007	.312	3.206
	TOTAL_X2	.376	.109	.414	.001	.312	3.206

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Gambar 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa seluruh variabel independen, yaitu Literasi Keuangan, Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Paylater masing masing memiliki nilai Tolerance sebesar 0.312 lebih besar dari 0.10, sedangkan nilai Variance Inflation Factor (VIF) untuk ketiga variabel masing-masing sebesar 3.206 lebih kecil dari 10. Berdasarkan kriteria Tolerance dan VIF yang digunakan dalam analisis regresi, model dinyatakan terjadi multikolinearitas antar variabel independen, sehingga masing-masing variabel dapat menjelaskan variabel dependen Perilaku Konsumtif secara independen dan model regresi layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3. Scatterplot

Berdasarkan Gambar , hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode Scatterplot menunjukkan bahwa data tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Hal ini ditunjukkan dimana titik-titik residual tersebar di atas dan dibawah garis nol serta tidak membentuk pola tertentu seperti mengerucut, melebar secara sistematis, atau membentuk gelombang.



Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.362	7.300		.735	.464
	TOTAL_X1	-.001	.078	-.002	-.011	.992
	TOTAL_X2	-.034	.067	-.087	-.516	.607

a. Dependent Variable: ABS_RES

Gambar 4. Hasil Uji Glejser

Berdasarkan hasil uji Glejser, diketahui bahwa nilai signifikansi untuk variabel Literasi Keuangan (X1) sebesar 0.992 dan untuk variabel Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Paylater (X2) sebesar 0.607. Kedua nilai tersebut lebih besar dari batas signifikansi 0.05, sehingga tidak terdapat bukti heteroskedastisitas berdasarkan uji Glejser. Artinya, variasi residual tidak secara sistematis dipengaruhi oleh kedua variabel independen.

Analisis data (Analisis Regresi Linear Berganda)

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	42.050	11.901		3.533	.001		
	TOTAL_X1	-.352	.128	-.329	-2.748	.007	.312	3.206
	TOTAL_X2	.376	.109	.414	3.463	.001	.312	3.206

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Gambar 1 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil analisis, persamaan regresi linear berganda yang terbentuk adalah $Y = 42,050 - 0,352 X_1 + 0,376 X_2$. Nilai konstanta sebesar 42.050 berarti apabila skor Literasi Keuangan dan Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee PayLater berada pada nilai nol secara matematis, nilai prediksi Perilaku Konsumtif adalah 42.050. Nilai koefisien regresi variabel Literasi Keuangan (X_1) sebesar sebesar -0.352 menunjukkan hubungan negatif. Dengan asumsi Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee PayLater tetap, setiap kenaikan satu satuan skor Literasi Keuangan diprediksi menurunkan skor Perilaku Konsumtif sebesar 0.352 satuan. Sebaliknya, koefisien Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee PayLater sebesar 0.376 menunjukkan hubungan positif; setiap kenaikan satu satuan skor pada variabel tersebut diprediksi meningkatkan Perilaku Konsumtif sebesar 0.376 satuan dengan Literasi Keuangan dianggap konstan.

Uji Parsial (t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	42.050	11.901		3.533	.001
	TOTAL_X1	-.352	.128	-.329	-2.748	.007
	TOTAL_X2	.376	.109	.414	3.463	.001

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Gambar 2 Hasil Uji T

Tabel 5 Hasil Uji T

Variabel	T hitung	T tabel	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	-2.748	> 1,985	Berpengaruh negatif
Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Paylater (X2)	3.463	> 1,985	Berpengaruh positif

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan (X1) memiliki nilai t hitung -2.748 dengan signifikansi 0.007 (< 0.05). Koefisien regresi bernilai negatif sebesar -0.352. Dengan demikian, Literasi Keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z. Sementara itu, variabel Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee PayLater memiliki nilai t hitung 3.463 dengan signifikansi < 0.001 (< 0.05) dan koefisien regresi positif sebesar 0.376. Dengan demikian, Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee PayLater berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z.

Uji Simultan (F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2072.739	2	1036.370	56.649	.000 ^b
	Residual	2030.699	111	18.295		
	Total	4103.439	113			

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1

Gambar 3 Hasil Uji F

Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 56.649 dengan signifikansi < 0.001 menunjukkan bahwa model regresi secara keseluruhan signifikan. Artinya, Literasi Keuangann (X1) dan Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee PayLater (X2) secara simultan berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z.

Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.711 ^a	.505	.496	4.277

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1

b. Dependent Variable: TOTAL_Y

Gambar 4 Hasil Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi (R²), diketahui bahwa nilai Nilai signifikansi dari Adjusted R Square adalah 0,496 yang menunjukkan bahwa Literasi Keuangan (X1) dan Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Paylater (X2) mampu menjelaskan variasi Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 49,6%. Sementara itu, 50,4% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z

Hasil uji t menunjukkan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif, dengan koefisien B sebesar -0.352, beta terstandar -0.329, t hitung -2.748, dan signifikansi 0.007. Arah negatif menunjukkan bahwa peningkatan kemampuan responden dalam memahami dan mengelola keuangan diikuti oleh penurunan kecenderungan perilaku konsumtif ketika faktor keputusan pembelian melalui Shopee PayLater dikendalikan.

Hasil penelitian juga konsisten dengan arah hipotesis dan kajian terdahulu yang telah dicantumkan dalam proposal. Ani et al., (2023) disebutkan menemukan pengaruh negatif literasi

keuangan terhadap perilaku konsumtif, sedangkan Zein (2025) menekankan bahwa rendahnya literasi keuangan meningkatkan kecenderungan pembelian tanpa perencanaan melalui layanan keuangan digital. Dengan demikian, hasil empiris pada model ini memperkuat argumentasi bahwa literasi keuangan berfungsi sebagai faktor protektif terhadap perilaku konsumtif.

Pengaruh Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee PayLater terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z

Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee PayLater berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif, dengan koefisien B sebesar 0.376, beta terstandar 0.414, t hitung 3.463, dan signifikansi < 0.001 . Arah positif menunjukkan bahwa semakin kuat kecenderungan responden mengambil keputusan pembelian menggunakan Shopee PayLater, semakin tinggi pula kecenderungan perilaku konsumtif setelah Literasi Keuangan dikendalikan. Temuan ini sejalan dengan pandangan Devia & Putri (2022), yang menyatakan bahwa kemudahan akses dan penundaan pembayaran menjadi faktor yang mendorong keputusan konsumen dalam menggunakan PayLater. Yulianty et al., (2024) juga menunjukkan bahwa penggunaan PayLater dapat meningkatkan perilaku konsumtif karena memberikan kemudahan bagi konsumen untuk melakukan pembelian di luar kemampuan finansialnya. Selain itu, Diaza & Pratnyawati, (2023) menemukan bahwa penggunaan Shopee PayLater berpengaruh positif terhadap pembelian impulsif pada mahasiswa. Hasil tersebut memperkuat pemahaman bahwa kemudahan transaksi dan fleksibilitas pembayaran melalui Shopee PayLater dapat mendorong peningkatan intensitas konsumsi, khususnya pada Generasi Z.

Pengaruh Literasi Keuangan dan Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee PayLater secara Simultan terhadap Perilaku Konsumtif

Uji F menghasilkan nilai F sebesar 56.649 dengan signifikansi < 0.001 . Hasil ini membuktikan bahwa Literasi Keuangan dan Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee PayLater secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Temuan tersebut mendukung H3 dan sejalan dengan model penelitian yang menempatkan kedua variabel independen sebagai faktor yang secara simultan menjelaskan perubahan perilaku konsumtif Generasi Z.

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Literasi Keuangan dan Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee PayLater terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif, sedangkan Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee PayLater berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Secara simultan, kedua variabel independen tersebut juga berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif dengan nilai Adjusted R Square sebesar 0,496 yang menunjukkan bahwa kedua variabel mampu menjelaskan 49,6% variasi perilaku konsumtif. Instrumen penelitian telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas, sementara model regresi juga telah memenuhi asumsi normalitas, tidak mengalami multikolinearitas, serta tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa peningkatan Literasi Keuangan berperan dalam menekan kecenderungan Perilaku Konsumtif Generasi Z, sedangkan semakin kuat keputusan pembelian menggunakan Shopee PayLater cenderung meningkatkan Perilaku Konsumtif. Temuan ini memberikan gambaran empiris mengenai pentingnya literasi keuangan dan penggunaan layanan pembayaran digital dalam membentuk pola konsumsi Generasi Z.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, L., Wirshandono, D., & Dian, S. (2025). Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater dan Tingkat Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa : Analisis Perspektif Ekonomi Islam Dengan Penerapan Akad Ijarah. 13(2), 148–154.
- Ani, H. N., Belinda, P., Mahmudah, A., & Indira, I. (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>
- APJII. (2025). Survei Penetrasi Internet Penggunaan dan Perilaku Internet.
- Devia SS, V., & Putri, Y. K. W. (2022). Purchase Decision: Do the Paylater Ease and Consumer Satisfaction Affect It? (Case Study on Shopee Paylater and Gojek Paylater). *Sriwijaya International Journal of Dynamic Economics and Business*, 6(June), 147–164. <https://doi.org/10.29259/sijdeb.v6i2.147-164>
- Ghazali. (2021). APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE.
- Kotler, P., Keller, L., K., Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). pearson education. https://drive.google.com/drive/folders/1HoOvHPXO_RAQdEBsN-rfus_OXqHIKQ1b
- Leonita, D., & Wulandari, S. (2024). Pengaruh Fitur Shopee Paylater, Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Progam Studi Manajemen Angkatan 2020). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 13(02), 554–566. <https://doi.org/10.22437/jmk.v13i02.33657>
- Lestari, S., Handayani, N. U., & Mahacandra, M. (2021). the Influence of Using ShopeePay and Shopee Paylater Features on Shopee User Purchasing Decisions During the Covid- 19. *J@ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 16(4), 242–248. <https://doi.org/10.14710/jati.16.4.242-248>
- Mufallihah, M., Ekowati, V. M., & Suprayitno, E. (2023). The Effect of Risk Perception on Purchase Decisions using Shopee Pay Later with Consumptive Behavior as Moderation. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 06(04), 1442–1449. <https://doi.org/10.47191/jefms/v6-i4-05>
- OECD. (2022). *Oecd / Infe Toolkit for Measuring Financial Literacy and*. OECD Publishing, May, 1–53. [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgglefindmkaj/https://www.oecd.org/financial/education/2022-INFE-Toolkit-Measuring-Finlit-Financial-Inclusion.pdf](https://efaidnbmnnnibpcajpcgglefindmkaj/https://www.oecd.org/financial/education/2022-INFE-Toolkit-Measuring-Finlit-Financial-Inclusion.pdf)
- Ojk. (2025). Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Masyarakat. Ojk. https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/OJK-dan-BPS-Umumkan-Hasil-Survei-Nasional-Literasi-Dan-Inklusi-Kuangan-SNLIK-Tahun-2025.aspx?utm_source=chatgpt.com
- Pamungkas, W. S., & Putri, S. I. (2024). The Influence of Financial Literacy , Lifestyle , and Pay Later Use on Consumptive Behavior. 1(4), 1–14.
- Pratnyawati, G. D. T., & Mardiana. (2023). Pengaruh ShopeePayLater Dan Literasi Keuangan Terhadap Pembelian Impulsive Pada Mahasiswa UIN Malang Jurusan Manajemen 2018-2020. *Jurnal Ekbis*, 24(01), 72–83. <https://jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/ekbis/article/view/1758/1014>
- Rahmawati, G., & Mirati, E. (2022). PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNA SHOPEE PAYLATER PADA GENERASI MILLENIAL. *Prosiding SNAM PNJ*, 1–10.
- Restike, K. P., Presasti, 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. <https://doi.org/10.24167/jab.v22i1.11609>
- Rizqullah, N. A., Rahayu, T. S. M., Haryanto, T., & Purnadi, P. (2025). Analysis of Trust, Convenience, Financial Literacy, and Risk Perception on Shopee Pay Later Purchasing Decisions. *International Journal of Business and Applied Economics*, 4(1), 319–338. <https://doi.org/10.55927/ijbae.v4i1.13446>
- Setyowati, D. (2022). Digital Fintech Survei KIC: Gen Z dan Milenial Pakai Paylater untuk Belanja

- Busana. Katadata. <https://katadata.co.id/digital/fintech/61e0ecf4b1b96/survei-kic-gen-z-dan-milenial-pakai-paylater-untuk-belanja-busana>
- Solomon, M. R. (2020). EDITION Consumer Behavior.
- Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (M. Dr. Ir. Sutopo. S.Pd (ed.)). ALFABETA.
- Widhiari, L. K. P., I Nyoman Hendra Laksmiana, & Eldian Rinaldi. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan dan Digital Payment terhadap Prilaku Konsumtif Generasi Z di Kecamatan Kuta selatan. EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, 4(4), 6500–6516. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v4i4.8764>
- Yulianty, S., Putra, A. R., & Program, M. S. (2024). UPI YPTK Journal of Business and Economics (JBE) Motivation. 9(2), 48–51.
- Zein, A. Z., & Sartika, F. (2025). Financial Literacy, Consumptive Behavior, And Lifestyle On The Use Of Shopee Paylater With The Moderating Role Of Financial Behavior. Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE), 8(2), 5910–5927.