
Pengaruh Literasi Keuangan, *Shopee Paylater*, Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Usia Produktif

Salmanisa Tsabjanati¹, Teti Anggita Safitri²

^{1,2}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta

ABSTRAK

Latar Belakang: Perkembangan teknologi digital dan meningkatnya penggunaan platform e-commerce telah mengubah perilaku konsumsi masyarakat, terutama di kalangan usia produktif. Fitur pembayaran seperti *Shopee Paylater* menjadi trend baru yang memudahkan konsumen berbelanja dengan sistem kredit instan. Namun, kemudahan ini dapat memicu perilaku konsumtif jika tidak disertai dengan literasi keuangan yang memadai. Gaya hidup modern yang penuh dengan dorongan mengikuti tren juga turut memperkuat kecenderungan konsumsi berlebih. **Tujuan:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, penggunaan *Shopee Paylater*, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif berbelanja online pada masyarakat usia produktif. **Metode Penelitian:** Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi linear berganda. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 120 responden masyarakat usia 20–29 tahun di Daerah Istimewa Yogyakarta yang aktif menggunakan *Shopee Paylater*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner online. **Hasil Penelitian:** Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial literasi keuangan dan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, sementara penggunaan *Shopee Paylater* tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Secara simultan, literasi keuangan, penggunaan *Shopee Paylater*, dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif berbelanja online pada masyarakat usia produktif. **Kesimpulan:** Literasi keuangan (X1), penggunaan *Shopee Paylater* (X2), dan gaya hidup (X3) merupakan faktor yang secara signifikan mempengaruhi perilaku konsumtif (Y) masyarakat usia produktif dalam berbelanja *online*. Pemahaman yang baik terhadap ketiga variabel tersebut penting untuk menciptakan pola konsumsi yang bijak dan berkelanjutan.

Kata Kunci : Literasi Keuangan, *Shopee Paylater*, Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif, Belanja Online

✉ Corresponding author :

Email Address : salmanisasalma@gmail.com

Received tanggal bulan tahun, Accepted tanggal bulan tahun, Published tanggal bulan tahun

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara masyarakat berinteraksi dan bertransaksi secara signifikan. Penggunaan internet dalam kehidupan sehari-hari, terutama di kalangan masyarakat usia produktif, menjadikan aktivitas belanja online sebagai bagian dari rutinitas yang tidak terpisahkan. Platform digital seperti e-commerce menyediakan kemudahan dan kenyamanan dalam berbelanja, terutama melalui fitur-fitur inovatif seperti pembayaran tertunda (*PayLater*). Salah satu layanan yang populer adalah *Shopee Paylater* yang memungkinkan konsumen untuk membeli barang sekarang dan membayarnya kemudian. Namun, kemudahan ini dapat menimbulkan perilaku konsumtif jika tidak diimbangi dengan kemampuan pengelolaan keuangan yang baik (Saputra & Susanti, 2022).

Masyarakat usia produktif, yang berada pada rentang usia 15–64 tahun, merupakan kelompok yang paling adaptif terhadap perkembangan teknologi digital (Goma et al., 2021). Dengan daya beli yang relatif tinggi dan kebiasaan mengakses internet melalui perangkat seluler, kelompok ini memiliki potensi besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi digital. Sayangnya, kemudahan dalam melakukan transaksi online kerap menimbulkan pola konsumsi berlebihan, terlebih ketika dipengaruhi oleh gaya hidup modern dan rendahnya tingkat literasi keuangan (Perkasa & Retnaningdiah, 2023).

Gaya hidup di era digital tidak lagi terbatas pada pemenuhan kebutuhan dasar, melainkan telah berkembang menjadi ekspresi diri dan simbol status sosial. Media sosial turut memperkuat fenomena ini dengan mendorong konsumsi yang berbasis tren dan keinginan untuk tampil eksis. Tekanan sosial yang muncul dari lingkungan digital memengaruhi masyarakat usia produktif untuk terus mengikuti perkembangan gaya hidup yang cenderung konsumtif (Asrun & Gunawan, 2024). Hal ini berdampak langsung pada pola pengeluaran dan kecenderungan membeli barang-barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan.

Literasi keuangan merupakan aspek penting yang berperan dalam mengarahkan individu untuk membuat keputusan finansial yang bijak. Tingkat literasi keuangan yang rendah dapat membuat individu lebih mudah terjebak dalam praktik konsumsi berlebihan, terutama saat menggunakan fasilitas pembayaran seperti *Shopee Paylater* (Deviyanti, 2018). Kurangnya pemahaman terhadap pengelolaan keuangan membuat masyarakat usia produktif berisiko mengalami kesulitan keuangan di masa depan. Oleh karena itu, literasi keuangan harus ditingkatkan guna menciptakan perilaku konsumsi yang sehat dan berkelanjutan (Dzattadini et al., 2024).

Kemunculan layanan *fintech* seperti *Shopee Paylater* menambah dinamika dalam perilaku konsumsi masyarakat. Layanan ini memberikan fleksibilitas dalam melakukan pembelian, namun di sisi lain juga memiliki potensi untuk meningkatkan jumlah transaksi impulsif. *Shopee* tercatat sebagai e-commerce dengan pengunjung terbanyak pada Februari 2024, menunjukkan tingginya intensitas penggunaan platform ini oleh masyarakat Indonesia (GoodStats, 2024). Tanpa pengendalian diri dan pemahaman keuangan yang cukup, penggunaan fitur ini dapat menjerumuskan individu ke dalam utang konsumtif yang sulit dikendalikan (Leonita & Wulandari, 2024).

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, penggunaan *Shopee Paylater*, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif dalam berbelanja online di kalangan masyarakat usia produktif. Dengan pendekatan kuantitatif, studi ini diharapkan dapat memberikan pemahaman komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pola konsumsi digital. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan studi perilaku konsumen, serta memberikan masukan praktis bagi pemangku kepentingan dalam menyusun kebijakan literasi keuangan dan pengelolaan konsumsi di era digital.

Tinjauan Literatur

a. Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah kemampuan individu untuk memahami dan mengelola keuangan secara efektif. Menurut OJK (2022), literasi keuangan mencakup pengetahuan,

keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi pengambilan keputusan finansial secara tepat. Individu yang memiliki literasi keuangan tinggi cenderung lebih bijak dalam membelanjakan uang dan memiliki perencanaan keuangan jangka panjang yang lebih baik. Rendahnya literasi keuangan dapat mendorong perilaku impulsif dan konsumtif (Deviyanti, 2018).

b. Pengguna Shopee Paylater

Shopee Paylater merupakan salah satu layanan *buy now, pay later* yang semakin populer di kalangan pengguna e-commerce. Fasilitas ini mempermudah pengguna untuk melakukan pembelian tanpa membayar langsung, namun berpotensi mendorong konsumsi berlebih karena efek gratifikasi instan. (Saputra & Susanti, 2022) menyebutkan bahwa kemudahan akses kredit instan ini dapat meningkatkan risiko perilaku konsumtif terutama bila tidak diiringi dengan kesadaran finansial.

c. Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan pola perilaku individu dalam membelanjakan waktu dan uang yang dipengaruhi oleh nilai, minat, serta aktivitas sehari-hari. Gaya hidup modern yang bersifat konsumtif cenderung terbentuk dari kebiasaan mengikuti tren dan media sosial, yang mendorong individu melakukan pembelian tidak berdasarkan kebutuhan, melainkan keinginan (Khodijah, 2023) Individu dengan gaya hidup seperti ini cenderung lebih mudah terdorong untuk berbelanja demi citra diri dan eksistensi sosial.

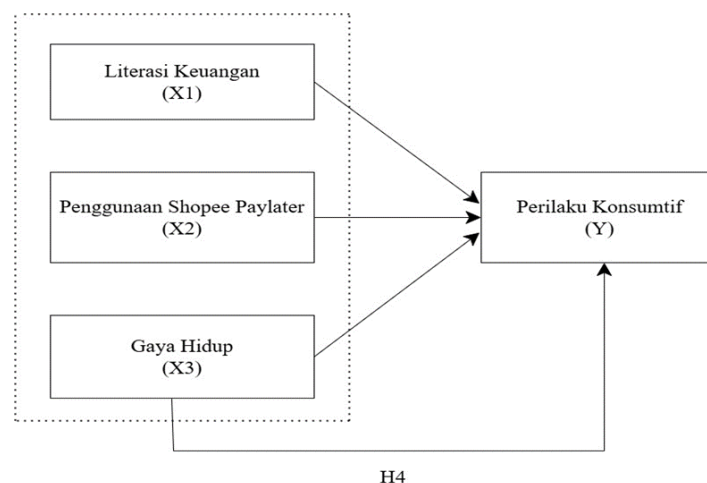
d. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang atau jasa secara berlebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang rasional. Konsumsi tidak lagi dipandang sebagai pemenuhan kebutuhan, tetapi sebagai ekspresi gaya hidup dan simbol status. Menurut (Rahmawati, 2022), perilaku konsumtif muncul akibat pengaruh gaya hidup hedonistik, rendahnya literasi keuangan, serta kemudahan akses pembayaran digital seperti fitur *paylater*.

METODE, DATA DAN ANALISIS

3.1. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk mengetahui pengaruh antar variabel bebas terhadap variabel terikat, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini dilakukan pada masyarakat usia produktif yang aktif menggunakan layanan *Shopee Paylater* di Daerah Istimewa Yogyakarta.



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Pengembangan Hipotesis

3.1.1 Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif

Pengaruh Literasi Keuangan, Shopee Paylater, Dan Gaya Hidup....

Literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami dan mengelola keuangannya dengan bijak, termasuk membuat keputusan finansial yang rasional. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Penelitian oleh Rahmawati dan Mirati (2023) menemukan bahwa semakin tinggi literasi keuangan seseorang, maka semakin rendah perilaku konsumtifnya, khususnya pada pengguna Shopee Paylater di kalangan generasi milenial. Hal yang sama juga disampaikan oleh Maharani (2023) dan Maris & Listiadi (2021), yang menekankan bahwa literasi keuangan mampu menekan kecenderungan konsumtif, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui pengendalian diri. Berdasarkan hal tersebut, maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

H1: Literasi Keuangan Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater

3.1.2 Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif

Kemudahan akses terhadap layanan Paylater seperti Shopee Paylater memicu peningkatan perilaku konsumtif, terutama di kalangan masyarakat usia muda dan produktif. Shopee Paylater memungkinkan pengguna melakukan pembelian tanpa harus membayar langsung, yang pada akhirnya dapat mendorong keputusan pembelian impulsif. Penelitian Sulisty Budi Utomo (2024) menyatakan bahwa penggunaan Shopee Paylater memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, sementara Rahmawati (2022) menyebutkan bahwa layanan ini sangat berkaitan dengan gaya hidup konsumtif generasi milenial. Maka dari itu, hipotesis berikut diajukan:

H2: Penggunaan Shopee Paylater Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online pada Masyarakat Usia Produktif

3.1.3 Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif

Gaya hidup mencerminkan pola konsumsi seseorang berdasarkan minat, aktivitas, dan opini yang dianutnya. Dalam konteks konsumsi online, gaya hidup yang materialistik dan mengikuti tren memengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan belanja. Penelitian oleh Umami (2023) dan Wahyuni (2019) menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif, terutama di kalangan mahasiswa dan individu dengan kecenderungan gaya hidup modern. Maka, hipotesis berikut diajukan:

H3: Gaya Hidup Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online pada Masyarakat Usia Produktif

3.1.4 Pengaruh Simultan Literasi Keuangan, Penggunaan Shopee Paylater, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif

Ketiga variabel independen, yaitu literasi keuangan, penggunaan Shopee Paylater, dan gaya hidup, saling berinteraksi dalam memengaruhi perilaku konsumtif masyarakat di era digital. Individu dengan literasi keuangan rendah dan akses terhadap kredit digital yang tinggi cenderung terpengaruh oleh gaya hidup konsumtif, yang pada akhirnya meningkatkan kecenderungan untuk berbelanja secara berlebihan. Hasil penelitian oleh Rahmawati (2022) dan Utomo (2024) mendukung keterkaitan antara ketiga faktor tersebut dalam mendorong perilaku konsumtif. Berdasarkan uraian tersebut, maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

H4: Literasi Keuangan, Penggunaan Shopee Paylater, dan Gaya Hidup secara Simultan Berpengaruh Signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online pada Masyarakat Usia Produktif

3.2 Data

Jenis data yang digunakan adalah data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner daring menggunakan Google Form. Instrumen penelitian berupa angket tertutup dengan skala Likert 1–5 yang mengukur tingkat kesetujuan terhadap pernyataan yang mencerminkan indikator setiap variabel.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat usia produktif (20–29 tahun) yang aktif melakukan transaksi belanja online menggunakan *Shopee Paylater*. Jumlah sampel yang

Pengaruh Literasi Keuangan, Shopee Paylater, Dan Gaya Hidup....

digunakan dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus dari (Hair et. Al, 2010), yang menyatakan bahwa sampel dalam penelitian belum pasti jumlahnya, sehingga menentukan populasi tersebut menggunakan jumlah indikator setiap variabel penelitian dikali 5 sampai 10. Mengingat penelitian ini menggunakan 20 indikator untuk mengukur variabel-variabel penelitian. Dengan menggunakan batas bawah (6 kali jumlah indikator), jumlah sampel minimum yang akan digunakan adalah 120 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria: (1) berada dalam rentang usia 20–29 tahun, (2) berdomisili di Yogyakarta, dan (3) pernah menggunakan *Shopee Paylater* minimal satu kali dalam tiga bulan terakhir. Sampel yang diperoleh sebanyak 120 responden.

3.3. Analisis

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Sebelum dilakukan pengujian regresi, terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk menguji kelayakan instrumen. Uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas juga dilakukan untuk memastikan kelayakan model. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 23.

1. Diskusi dan Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada masyarakat usia produktif (20-29 tahun) Daerah Istimewa Yogyakarta dengan sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 120 responden.

Uji Validitas

Tabel 1 Hasil Uji Validitas Variabel Literasi Keuangan (X1)

No. Pertanyaan	R hitung	R table (5%) N-2 = 118	Sign.	Valid atau Tidak Valid
1	0,635	0,1793	0,000	Valid
2	0,517	0,1793	0,000	Valid
3	0,677	0,1793	0,000	Valid
4	0,772	0,1793	0,000	Valid
5	0,667	0,1793	0,000	Valid

(Sumber, Lampiran 4 hasil olah data melalui SPSS 23)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa uji validitas variabel literasi keuangan dinyatakan valid.

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Variabel Penggunaan Shopee Paylater (X2)

No. Pertanyaan	R hitung	R table (5%) N-2 = 118	Sign.	Valid atau Tidak Valid
1	0,394	0,1793	0,000	Valid
2	0,807	0,1793	0,000	Valid
3	0,821	0,1793	0,000	Valid
4	0,679	0,1793	0,000	Valid
5	0,610	0,1793	0,000	Valid

(Sumber, hasil olah data melalui SPSS 23)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa uji validitas variabel penggunaan *shopee paylater* dinyatakan valid.

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup (X3)

No. Pertanyaan	R hitung	R table (5%) N-2 = 118	Sign.	Valid atau Tidak Valid
1	0,713	0,1793	0,000	Valid
2	0,715	0,1793	0,000	Valid
3	0,713	0,1793	0,000	Valid
4	0,714	0,1793	0,000	Valid
5	0,688	0,1793	0,000	Valid

(Sumber, hasil olah data melalui SPSS 23)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa uji validitas variabel penggunaan gaya hidup dinyatakan valid.

Tabel 4 Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif Berbelanja (Y)

No. Pertanyaan	R hitung	R table (5%) N-2 = 118	Sign.	Valid atau Tidak Valid
1	0,833	0,1793	0,000	Valid
2	0,869	0,1793	0,000	Valid
3	0,872	0,1793	0,000	Valid
4	0,835	0,1793	0,000	Valid
5	0,757	0,1793	0,000	Valid

(Sumber, hasil olah data melalui SPSS 23)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa uji validitas variabel gaya hidup dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

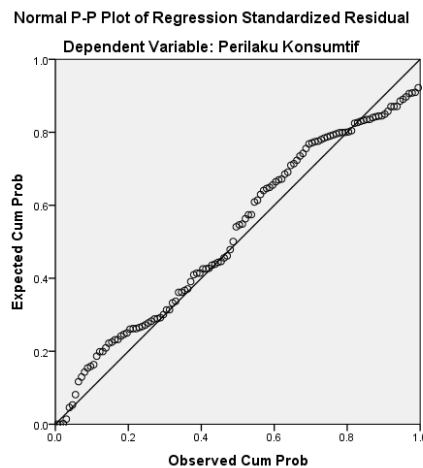
Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas

Item	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
X1	0,664	Reliabel
X2	0,686	Reliabel
X3	0,749	Reliabel
Y	0,890	Reliabel

(Sumber, hasil olah data melalui SPSS 23)

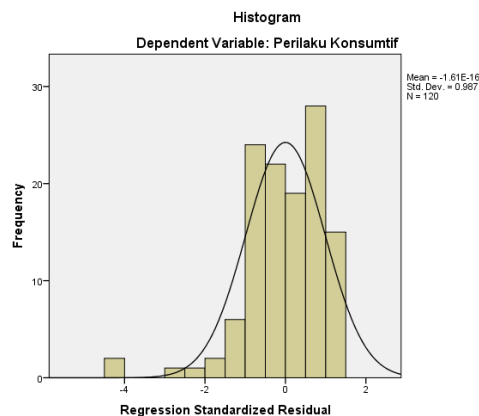
Berdasarkan hasil output pada SPSS 23 pada *Reliability Statistics* diperoleh dari analisis reliabilitas dengan Teknik *Cronbach's Alpha* pada Y sebesar 0,947 dengan jumlah responden N = 120 dan $df = N - 2 = 120 - 2 = 118$ adalah 0,1793, dengan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 sehingga dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas



(Sumber: hasil olah data dengan SPSS 23)

Gambar 2 Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



(Sumber: hasil olah data dengan SPSS 23)

Gambar 3 Histogram Lonceng

Berdasarkan dari hasil olah data diatas dapat diketahui bahwa titik plotting yang ada pada gambar grafik "*Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual*" mengikuti arah garis yang berbeda dekat garis diagonal dan atau tidak menjauh dari garis. Sehingga dinyatakan bahwa nilai residual berdistribusi normal dan terlihat pada gambar histogram berbentuk seperti lonceng. Oleh karena itu dapat dikatakan data tersebut berdistribusi normal. Dapat disimpulkan bahwa pada asumsi normalitas, pengujian ini telah memenuhi syarat berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya hubungan korelasi antara variabel independen (bebas). Apabila variabel independen memiliki nilai *Tolerance* > 0,1 dan memiliki nilai *Variance Inflatiton Factor* (VIF) < 10, maka model regresi tersebut tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4. 1 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Kesimpulan
----------	-----------	-----	------------

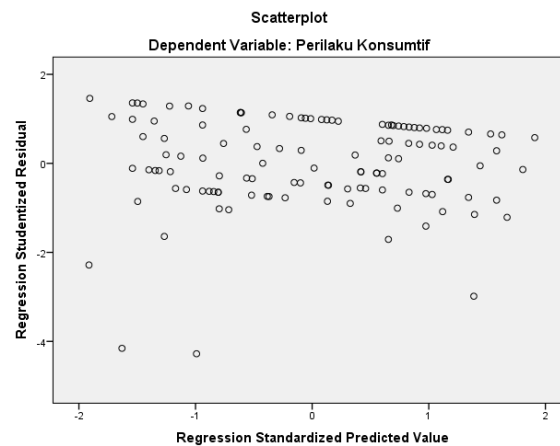
Pengaruh Literasi Keuangan, Shopee Paylater, Dan Gaya Hidup....

(Constant)			
Literasi Keuangan (X1)	0,980	1,020	Terbebas dari multikolinearitas
Penggunaan <i>Shopee Paylater</i> (X2)	0,979	1,021	Terbebas dari multikolinearitas
Gaya Hidup (X3)	0,992	1,008	Terbebas dari multikolinearitas

(Sumber: Lampiran Hasil Olah Data dengan SPSS 23)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil uji multikolinearitas menunjukkan variabel literasi keuangan, penggunaan *shopee paylater*, dan gaya hidup memiliki nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 sehingga dapat dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas dan terbebas dari multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas



(Sumber: hasil olah data dengan SPSS 23)

Gambar 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot

Hasil data analisis yang dilakukan adalah dengan melihat penyebaran pada titik-titik grafik *Scatterplot*. Dalam hasil uji pada gambar diatas bahwa titik-titik tersebut tidak membentuk pola yang jelas dan titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji t

Coefficients^a

Pengaruh Literasi Keuangan, Shopee Paylater, Dan Gaya Hidup....

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.775	2.599		3.069	.000
	Literasi Keuangan	.324	.122	.411	2.843	.011
	Penggunaan Shopee Paylater	.001	.135	.001	.012	.785
	Gaya Hidup	.293	.130	.429	2.158	.002
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif Berbelanja						

Gambar 5 Hasil Uji t

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan rumus $t_{\text{tabel}} = t(\alpha/2; n-k-1) = t(0,025; 120-3-1) = t(0,025; 116) = 1.98063$. Pada nilai t table didapatkan nilai t tabel sebesar 1,980. kemudian berdasarkan nilai t hitung pada tabel diatas, yaitu:

- 1) Diketahui nilai Sig pengaruh variabel Literasi Keuangan (X1) terhadap variabel Perilaku Konsumtif (Y) sebesar $0,011 < 0,05$ dan nilai $t_{\text{hitung}} 2,843 > t_{\text{tabel}} 1,980$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh variabel Literasi Keuangan (X1) terhadap Perilaku Konsumtif (Y).
- 2) Diketahui nilai Sig pengaruh variabel Penggunaan *Shopee Paylater* (X2) terhadap variabel Perilaku Konsumtif (Y) sebesar $0,751 > 0,05$ dan nilai $t_{\text{hitung}} 0,012 < t_{\text{tabel}} 1,980$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh variabel Penggunaan *Shopee Paylater* (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y).
- 3) Diketahui nilai Sig pengaruh variabel Gaya Hidup (X3) terhadap variabel Perilaku Konsumtif (Y) sebesar $0,002 < 0,05$ dan nilai $t_{\text{hitung}} 1,566 > t_{\text{tabel}} 1,980$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti terdapat pengaruh variabel Gaya Hidup (X3) terhadap Perilaku Konsumtif (Y).

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	45.520	3	15.173	1.988	.120 ^b
	Residual	885.472	116	7.633		
	Total	930.992	119			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Literasi Keuangan, Penggunaan Shopee Paylater

Gambar 6 Hasil Uji F

Berdasarkan hasil olah data diatas dapat diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh variabel Literasi Keuangan (X1), variabel Pendapatan (X2), dan variabel Penggunaan *Shopee Paylater* (X3) secara simultan terhadap variabel Perilaku Konsumtif (Y) yaitu sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai **Pengaruh Literasi Keuangan, Shopee Paylater, Dan Gaya Hidup....**

$F_{hitung} 56,357 > F_{tabel} 2,68$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_4 diterima yang berarti terdapat pengaruh variabel Literasi Keuangan (X_1), variabel Penggunaan *Shopee Paylater* (X_2), dan variabel Gaya Hidup (X_3) secara simultan terhadap Perilaku Konsumtif (Y).

Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.813 ^a	.685	.659	1.642

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Penggunaan Shopee Paylater, Literasi Keuangan

Gambar 7 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) menggambarkan seberapa besar proporsi variasi pada variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen secara bersamaan (Safitri, 2022). Berdasarkan dari tabel 4.13 dapat diketahui nilai *Koefisien Determinasi (R^2)* yaitu nol dan satu. Maka hasil pengujian *R Square* dan *Adjusted R Square* yang diperoleh dalam penelitian ini menggunakan SPSS 23 yaitu $R = 0,813$; $R^2 = 0,685$, dan *Adjusted R Square* = 0,659. Dapat diketahui bahwa dipengaruhi nilai koefisien *R Square* (R^2) sebesar 0,685 atau 68,5%. Maka dapat disimpulkan besarnya pengaruh variabel literasi keuangan, penggunaan *shopee paylater*, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif berbelanja online sebesar 0,685 (68,5%). Sehingga sisanya sebesar 31,5% dijelaskan oleh variabel lain atau faktor lain.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Temuan ini mendukung teori bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, maka semakin bijak pula dalam mengelola pengeluaran dan mengambil keputusan konsumsi. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian (Emiliyana & Safitri, 2023), yang menyatakan bahwa pemahaman terhadap pengelolaan keuangan secara rasional dapat mencegah perilaku konsumtif berlebihan, khususnya di era digital. Literasi keuangan berperan sebagai alat kontrol diri dalam menghadapi godaan konsumsi impulsif di platform belanja online.

Gaya hidup memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hasil ini sesuai dengan temuan (Khodijah, 2023) dan (Utomo et al., 2024), yang menyebutkan bahwa individu dengan gaya hidup hedonistik lebih cenderung melakukan pembelian berdasarkan keinginan sosial, bukan kebutuhan. Sementara itu, penggunaan *Shopee Paylater* yang tidak berpengaruh signifikan secara parsial menunjukkan bahwa keberadaan fitur ini tidak selalu menyebabkan konsumsi berlebihan, tergantung pada bagaimana konsumen mengelolanya. Meskipun begitu, secara simultan, penggunaan *Shopee Paylater* tetap memiliki kontribusi

terhadap perilaku konsumtif, yang menunjukkan bahwa ketiga variabel memiliki keterkaitan dalam membentuk pola konsumsi masyarakat usia produktif

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa secara parsial, literasi keuangan dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif berbelanja online pada masyarakat usia produktif di Yogyakarta. Literasi keuangan memiliki pengaruh negatif, artinya semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, maka semakin rendah kecenderungan untuk berperilaku konsumtif. Sebaliknya, gaya hidup memberikan pengaruh positif yang signifikan, di mana semakin tinggi kecenderungan mengikuti gaya hidup konsumtif, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif yang ditunjukkan. Sementara itu, penggunaan Shopee Paylater tidak menunjukkan pengaruh signifikan secara parsial terhadap perilaku konsumtif. Namun demikian, secara simultan, ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Berdasarkan temuan tersebut, disarankan agar masyarakat usia produktif meningkatkan pemahaman dan kesadaran akan pentingnya literasi keuangan dalam pengelolaan konsumsi di era digital. Edukasi finansial dapat dilakukan melalui program literasi oleh lembaga keuangan maupun platform digital untuk mencegah perilaku konsumtif yang merugikan. Selain itu, penting bagi pengguna fitur Shopee Paylater untuk memiliki kontrol diri dalam bertransaksi dan tidak menjadikannya sebagai kebiasaan belanja impulsif. Pemerintah dan pelaku industri fintech juga diharapkan dapat memberikan transparansi dan edukasi terkait penggunaan kredit digital agar masyarakat dapat menggunakannya secara bijak dan bertanggung jawab.

Referensi :

Alvida Dzattadini, Maya Anisa Nurpadilah, Riska Angraeni, Vyanara Aulyadisha, Radita Dian Eka Mauldya, & Rama Wijaya Abdul Razak. (2024). Dampak Penggunaan Aplikasi Paylater Terhadap Gaya Hidup Masyarakat. *Akuntansi Pajak dan Kebijakan Ekonomi Digital*, 1(2),
Pengaruh Literasi Keuangan, Shopee Paylater, Dan Gaya Hidup....

- 51–60. <https://doi.org/10.61132/apke.v1i2.75>
- Asrun, N. A., & Gunawan, A. (2024). Pengaruh Gaya Hidup dan Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Medan dengan Literasi Keuangan sebagai Media Intervening. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Keuangan*, 5(1), 173–186. <https://doi.org/10.51805/jmbk.v5i1.205>
- Deviyanti, S. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Peserta Didik Kelas Xii Ips Sma Negeri 3 Makassar. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. Diambil dari <http://eprints.unm.ac.id/id/eprint/16919>
- Emiliyana, F., & Safitri, T. A. (2023). The Effect Of Financial Literacy And Financial Technology Payment On Financial Management Of Students Using Paylater. *Proceedings The 4th UMYGrace 2023* (, 3(1), 1.
- Gina Rahmawati, E. M. (2022). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater pada generasi millenial.
- Goma, E. I., Sandy, A. T., & Zakaria, M. (2021). Analisis Distribusi dan Interpretasi Data Penduduk Usia Produktif Indonesia Tahun 2020. *Jurnal Georaflesia: Artikel Ilmiah Pendidikan Geografi*, 6(1), 20. <https://doi.org/10.32663/georaf.v6i1.1781>
- GoodStats (2024). <https://data.goodstats.id/statistic/shopee-jadi-e-commerce-terpopuler-selama-ramadan-2024-okoy>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). Multivariate data analysis (7th ed.). Pearson.
- Khodijah, et. a. (2023). Etika Dan Budaya konsumtif Akibat Pembaruan Teknologi Smartphone, 1–17. <https://doi.org/10.11111/nusantara.xxxxxxx>
- 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>
- Otoritas Jasa Keuangan (2024). <https://ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/literasi-keuangan.aspx>
- Perkasa, T. P. W., & Retnaningdiah, D. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Self Efficacy dan Teknologi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa di Yogyakarta. *Jounal Competency of Business*, 7(1), 9–19.
- Safitri, T. A. (2022). Kontribusi Fintech Payment Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, 23(2), 140–145. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v23i2.16207>

- Saputra, H. A., & Susanti, E. D. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, dan Intensitas Pengguna Pay Later Terhadap Gaya Konsumtif Masyarakat (Studi Pada Pengguna Shopee PayLater Usia Produktif Kota Surabaya). *SEIKO : Journal of Management & Business*, 4(3), 52–61. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i3.2449>
- Utomo, S. B., Hamka, Burhanuddin, Yuliantina, D., & Munizu, M. (2024). PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PENGGUNAAN SHOPEE PAYLATER DAN LIFE STYLE TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA. *Edunomika*, 15(1), 37–48.