

**PENGARUH GAYA HIDUP, KEMUDAHAN, DAN PERILAKU
KONSUMTIF TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN SPAY
LATER BAGI GEN-Z WILAYAH SOLO RAYA**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Program Studi Strata 1 Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Disusun oleh

Romadan
20.12.0111

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA
2024

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Romadan

NIM : 20120111

Program Studi : S1 Manajemen

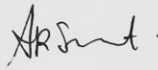
Judul : PENGARUH GAYA HIDUP, KEMUDAHAN, DAN PERILAKU KONSUMTIF TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN SPAY LATER BAGI GEN-Z WILAYAH SOLO RAYA

Disetujui dan Disahkan

Hari :

Tanggal :

Pembimbing,



Ari Susanti, S.Pt., M.M

NIDN.0323048302

Mengetahui,

Wakil Ketua 1



Aditya Liliyan, S.M.B., M.M

NIDN.0606118902

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN

Nama : Romadan

NIM : 20120111

Program Studi : S1 Manajemen

Judul : Pengaruh Gaya Hidup, Kemudahan, dan Perilaku Konsumtif Terhadap Keputusan Penggunaan Spray Later bagi GEN-Z Wilayah Solo Raya.

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta (STIE Surakarta) dan diterima untuk memenuhi persyaratan gelar Sarjana Manajemen.

Hari :

Tanggal :

Tim Penguji

Ketua : Ari Susanti, S.Pt., M.M.

(.....)

Anggota :

(Ariya Litiana S.P.B., M.M.)

Tanda Tangan

Ari Susanti

Ariya Litiana

Mengetahui,

Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta



Dr. Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.H.

NIDN : 0625127401

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul:

PENGARUH GAYA HIDUP, KEMUDAHAN, DAN PERILAKU KONSUMTIF TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN SPAY LATER BAGI GEN-Z WILAYAH SOLO RAYA

Tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi lain dan tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya. Apabila di kemudian hari saya terbukti melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh perguruan tinggi batal saya terima.

Surakarta, 10 Juli 2024

Pembuat pernyataan,


METERAI TEMPEL
1F107ALX273118132
Romadan

MOTTO

”Sesungguhnya Bersama Kesulitan ada Kemudahan”

(Q.S. Al Insyirah 6)

“ Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain)

(Q.S. Al Insyirah 7)

“ Barangsiapa menempuh jalan untuk menuntut ilmu, Allah akan memudahkan baginya jalan menuju surga”

(H.R. Muslim)

“Menuntut ilmu itu wajib bagi setiap muslim”

(H.R. Ibnu Majah)

“Seorang yang takut akan penderitaan sebenarnya mereka sudah duluan menderita dengan apa yang dia takuti”

(Montaigne)

“Jalan yang penuh Kesulitan akan membawa kita menjadi orang yang hebat”

(Seneca)

“Anglaras ilining warih, angeli nanging aja keli”

(Sunan Kalijaga)

“Ngelmu iku kalakone kanthi laku”

(KGPA. Mangkunegara IV)

“Hanya Pendidikan yang dapat menyelamatkan masa depan”

(Najwa Shihab)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, Tuhan yang Maha Mulia, Maha Tinggi, serta Maha Agung, karena berkat rahmat serta kesempatan yang diberikan, sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir skripsi. Hasil penelitian yang sederhana ini, penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua, terima kasih atas kasih sayang dan cinta yang tulus, serta jerih payah, dukungan dan do'a yang selalu tercurah. Semoga dengan mendapatkan gelar ini, bisa membanggakan bapak dan ibu.
2. Keluarga besar serta kerabat, terima kasih atas dukungan dan do'anya sehingga memberikan semangat untuk menyelesaikan penelitian ini.
3. Windy Thera, Safira Puruhita, Rizal Awwalu, Ramanda Nova, dan Sidiq Adin serta teman lainnya, terima kasih atas segala dukungan, motivasi, arahan, dan do'a nya, sehingga mampu menyalurkan energi positif serta semangat untuk menyelesaikan penelitian ini.
4. Teman-teman R2 Manajemen B serta Almamater STIE Surakarta, terima kasih atas doa serta dukungannya. Sehingga, tugas akhir skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Diri sendiri, terima kasih sudah berusaha dan tidak patah semangat.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga saya dapat menyusun serta menyelesaikan skripsi dengan baik dan tepat waktu yang telah ditentukan. Serta tak lupa sholawat serta salam saya haturkan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW dan para sahabatnya, yang telah memberikan tauladan baik dan semoga kita termasuk umatnya yang kelak mendapatkan syafa'atnya.

Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi, kepada :

1. Bapak Dr. Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.H. selaku Ketua STIE Surakarta
2. Bapak Aditya Liliyan, S.M.B., M.M selaku Wakil Ketua 1.
3. Ibu Ari Susanti, S.Pt., M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing dan mengarahkan sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
4. Orang Tua dan Keluarga yang telah memberi dukungan dan semangat.
5. Serta pihak-pihak lainnya yang membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa adanya kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Untuk itu penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya serta mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat membantu dan memberikan manfaat bagi pembaca.

Surakarta,

Penulis
Romadan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Penelitian	11
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
A. Landasan Teori.....	14
B. Penelitian Terdahulu	19
C. Kerangka Pikir.....	21
D. Hipotesis.....	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
A. Objek Penelitian.....	24
B. Jenis dan Sumber Data	24
C. Populasi dan Sampel	25
D. Teknik Pengumpulan Data.....	26
E. Definisi Operasional.....	26

F. Teknik Analisis Data.....	30
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	35
A Identitas Responden	35
B. Analisis Data	37
C. Pembahasan.....	46
BAB V PENUTUP.....	48
1. Kesimpulan	48
2. Saran.....	48
3. Keterbatasan Penelitian.....	49
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	14
Tabel 2. Definisi Operasional Variabel	26
Tabel 3. Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Usia	35
Tabel 4. Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 5. Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Domisili	36
Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup (GH)	38
Tabel 7. Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan (KPe)	38
Tabel 8. Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif (PK)	39
Tabel 9. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Penggunaan (KP)	39
Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas.....	40
Tabel 11. Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	41
Tabel 12. Hasil Uji Multikolinearitas	41
Tabel 13. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	42
Tabel 14. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	43
Tabel 15. Hasil Uji t.....	44
Tabel 16. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Pengguna Fintech di Indonesia	2
Gambar 2. Grafik Jenis FT yang paling sering digunakan	3
Gambar 3. Layanan Pay Later yang paling sering digunakan	6
Gambar 4. Jumlah pengguna, Frekuensi, dan tingkatan kesadaran layanan paylater ..	7
Gambar 5. Produk Keuangan yang paling banyak digunakan	9
Gambar 6. Kerangka Pikir	21

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner penelitian

Lampiran 2. Tabulasi Data

Lampiran 3. Hasil Olah Data

1) Uji Instrumen Data

a) Uji Validitas

b) Uji Reliabilitas

2) Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

b) Uji Multikolinearitas

c) Uji Heterokedastisitas

3) Uji Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji Parsial (t)

4) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

5) Uji f

ABSTRAK

ROMADAN 20120111, 49 Halaman. PENGARUH GAYA HIDUP, KEMUDAHAN, DAN PERILAKU KONSUMTIF TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN SPAY LATER BAGI GEN-Z WILAYAH SOLO RAYA, 2024.

Peningkatan jumlah pengguna aplikasi Spay later yang bertujuan untuk bertransaksi kredit, banyaknya pengguna Spay Later menjadi salah satu latar belakang dilakukannya penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, kemudahan, dan perilaku konsumtif terhadap keputusan penggunaan Spay Later bagi Gen-Z wilayah Solo Raya.

Objek penelitian ini adalah responden Gen-Z yang telah menggunakan aplikasi Spay Later minimal 3 kali. Perolehan sampel data dengan menyebarkan kuisioner secara online melalui Gform (data primer) dan populasi data diperoleh dari hasil pengisian Gform oleh responden Gen-Z (data sekunder). Populasi berjumlah tidak diketahui dengan sampel penelitian sebanyak 105 responden berdasarkan rumus slovin. Analisis data menggunakan metode uji kualitas/instrumen data, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis dengan bantuan program IBM SPSS.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan, kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan, dan perilaku konsumtif berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan.

Kata kunci : Gaya Hidup, Kemudahan, Perilaku Konsumtif, dan Keputusan Penggunaan.

ABSTRACT

ROMADAN 20120111, 49 Pages. THE INFLUENCE OF LIFESTYLE, CONVENIENCE, AND CONSUMPTIVE BEHAVIOR ON THE DECISION TO USE SPAY LATER FOR GEN-Z IN THE SOLO AREA, 2024.

The increasing number of Spay Later application users who aim to transact credit, the number of Spay Later users is one of the backgrounds for this research. This study aims to determine the effect of lifestyle, convenience, and consumptive behavior on decisions to use Spay Later for Gen-Z in the Solo Raya area.

The object of this research is Gen-Z respondents who have used the Spay Later application at least 3 times. Obtaining data samples by distributing questionnaires online through Gform (primary data) and population data obtained from the results of filling out Gform by Gen-Z respondents (secondary data). The population is unknown with a research sample of 105 respondents based on the slovin formula. Data analysis uses data quality / instrument test methods, calculative assumption tests, and hypothesis testing with the help of the IBM SPSS program.

The results in this study indicate that lifestyle has a significant effect on usage decisions, convenience has a significant effect on usage decisions, and consumptive behavior has a significant effect on usage decisions.

Keywords: Lifestyle, Convenience, Consumptive Behavior, and Usage Decision.

Usage.

BAB I

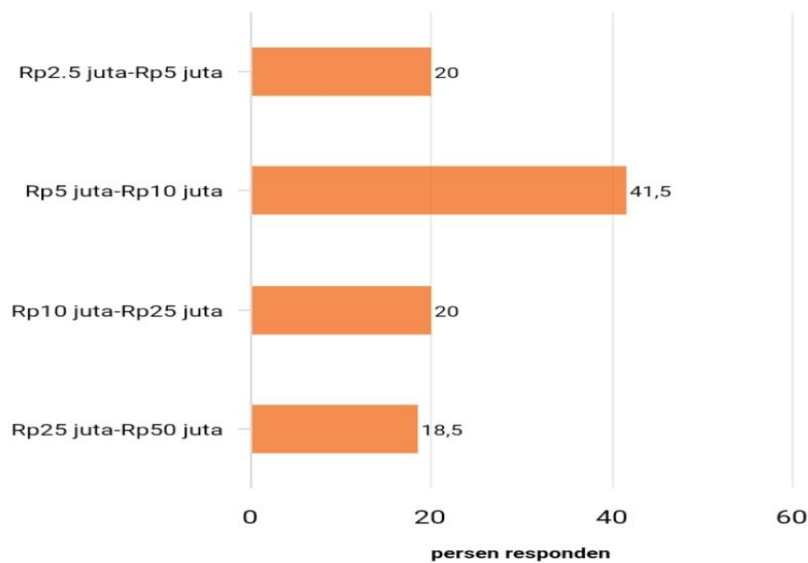
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan dari waktu ke waktu telah menyebabkan evolusi kebutuhan dan gaya hidup masyarakat. Seiring kemajuan inovasi yang pesat, akan membantu Anda memenuhi kebutuhan dan gaya hidup Anda. Pada awalnya ada kecenderungan penggunaan cara manual karena pola pemenuhan kebutuhan manusia masih sederhana dan dianggap cukup pada saat memenuhi kebutuhan manusia. Namun seiring berkembangnya teknologi, gaya hidup masyarakat semakin serba instan karena sebagian besar masyarakat memiliki mobilitas yang tinggi dalam beraktivitas sehari-hari. Selain itu, kemajuan pesat dalam inovasi sangat membantu dalam memenuhi kebutuhan dan gaya hidup mereka. Saat ini, hampir setiap kebutuhan manusia dapat dipenuhi dengan mudah dan cepat karena segala sesuatunya tersedia secara online.

Internet kini menjadi sebuah kebutuhan hampir setiap kalangan. Saat ini internet telah menjalar ke seluruh negara termasuk Indonesia, sehingga masyarakat dari daerah manapun dapat menjangkau akses internet. Pesatnya perkembangan teknologi dan internet di Indonesia menjadi salah satu alasan lahirnya sistem pembayaran digital baru. Salah satu perkembangan teknologi di sektor keuangan yang berkembang di Indonesia adalah financial technology (fintech). Fintech merupakan perpaduan antara layanan keuangan dan teknologi yang mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat, yang awalnya membayar dengan tatap muka dan mendatangkan sejumlah uang, kini dapat bertransaksi jarak jauh dengan melakukan pembayaran yang dapat dilakukan dalam beberapa menit atau detik. Pesatnya perkembangan financial technology (fintech) dan otoritas jasa keuangan (OJK) didasarkan pada kebutuhan manusia akan kehidupan yang modern dan praktis. Menurut laporan survei Asosiasi Fintech Indonesia (Aftech), pada kuartal II 2023 pengguna teknologi finansial

(Fintech) di Indonesia didominasi kelompok berpendapatan menengah. Mayoritas atau 41,5% responden pengguna fintech di Indonesia memiliki pendapatan antara Rp 5 juta-Rp 10 juta per bulannya. Kemudian 20% responden berpendapatan antara Rp 2,5 juta-Rp 5 juta, dan 20% lainnya berpendapatan antara Rp 10 juta-Rp 25 juta per bulan. Ada pula 18,5% responden dari kelompok pendapatan Rp 25 juta-Rp50 juta per bulan. Pemaparan diatas dapat disajikan dengan grafik



Gambar 1. Pengguna fintech di Indonesia

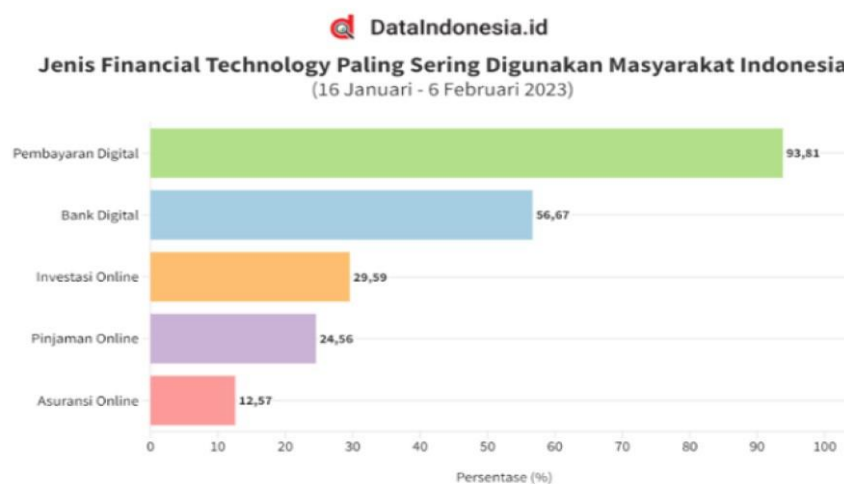
Sumber : Asosiasi Fintech Indonesia, juli 2023

Menurut Aftech(2023), banyaknya pengguna *fintech* dari kelompok menengah mengindikasikan bahwa *fintech* menjadi layanan keuangan alternatif bagi masyarakat *unbanked* dan *underbanked*. Oleh karena itu, *fintech* memiliki potensi besar untuk mempromosikan inklusi keuangan dikalangan kelompok pendapatan tersebut

Menurut laporan *We Are Social*, jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 213 juta orang per januari 2023. Jumlah ini setara 77% dari total populasi Indonesia yang sebanyak 276,4 juta orang pada awal tahun ini. Jumlah pengguna internet di tanah air naik 5,44% dibandingkan tahun sebelumnya (*year-on-year/yoy*). Pada Januari 2022, jumlah pengguna internet di Indonesia baru sebanyak 202 juta orang. Secara tren, Jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya selama 4.444 dekade terakhir. Jumlah pengguna internet di Tanah Air meningkat 142,5 juta dari 4.444

pada Januari 2013 yang hanya berjumlah 70,5 juta. Peningkatan jumlah pengguna internet terbesar dalam satu dekade terakhir tercatat pada Januari 2016 yang mencapai 50,16% secara tahunan (year-on-year). Sebaliknya, pertumbuhan paling lambat tercatat pada Januari 2022 sebanyak 4.444 kasus atau hanya meningkat 0,5% (year-on-year). Laporan tersebut juga menemukan bahwa rata-rata 4.444 orang Indonesia menggunakan internet selama 7 jam 42 menit setiap hari. Sementara itu, laporan menyebutkan mayoritas atau 98,3% pengguna internet menggunakan telepon seluler. Namun, Indonesia merupakan salah satu negara yang banyak dari 4.444 penduduknya tidak terhubung dengan internet. We Are Social melaporkan bahwa 63.514.444 orang di seluruh negeri tidak akan memiliki akses internet hingga awal tahun 2023. Angka merupakan angka terbesar ke-8 di dunia. Sedangkan India berada di peringkat 4.444 dengan 730,02 juta penduduknya masih belum terkoneksi internet. (<https://Databoks.katadata.co.id> 2016)

Guna mendukung pemaparan diatas berdasarkan data hasil survei dari m.bisnis.com yang menyajikan data berupa grafik tentang perkembangan teknologi internet di Indonesia terutama dalam teknologi finansial sebagai berikut :



Gambar 2. Grafik Jenis FT yang paling sering digunakan

Sumber : DataIndonesia.id

Dari data diatas dapat disimpulkan jika pembayaran digital merupakan primadona masyarakat Indonesia. Pembayaran digital termasuk kedalam fintech karena merupakan gabungan antara teknologi dan sistem keuangan.

Menurut yang dihimpun Goodnewsindonesia.id memaparkan Perkembangan fintech di Indonesia terus maju, salah satunya trobosan baru yang muncul dan banyak diperbincangkan yakni PayLater. Berbagai inisiatif produk dan layanan fintech muncul seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang serba online dan dianggap cepat dan mudah. Masyarakat didorong untuk bisa memenuhi kebutuhannya, seperti berbelanja dan jalan-jalan kesana kemari tanpa harus menunggu uang yang cukup. Penerapan paylater memungkinkan konsumen untuk membeli produk yang diinginkan terlebih dahulu, sedangkan pembayaran dapat dilakukan secara mencicil dan dibayar lunas pada saat jatuh tempo pinjaman. (<https://goodnewsindonesia.id> 2016)

Menurut Shopee.co.id(2015), Paylater merupakan aplikasi Beli sekarang dan bayar nanti dengan salah satu dari metode pembayaran. Jadi kalau ada kebutuhan mendesak, bisa dikerjakan dulu dan dibayar saat jatuh tempo. Artinya perusahaan aplikasi dapat terlebih dahulu menerima pembayaran invoice pengguna di merchant menggunakan metode pembayaran seperti kartu kredit kemudian pengguna membayar invoice tersebut ke perusahaan aplikasi. Untuk menggunakan layanan ini, pengguna diminta memberikan informasi pribadi, foto diri, dan foto KTP. Apalagi sudah terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sehingga fitur ini menjamin keamanan. Fungsionalitas PayLater menjadikan sistem perdagangan online Anda semakin nyaman. Bahkan dari segi persyaratannya membutuhkan registrasi dan proses aktivasi yang relatif singkat. Seiring dengan semakin populernya e-commerce, masyarakat terdorong untuk memenuhi segala keinginan dan kebutuhannya, dan 4.444 orang memiliki prioritas tersendiri dalam memenuhinya. Di sisi lain, tidak semua mampu membayar dengan uang tunai, sehingga kemampuan dalam menenuhi keinginan dan kebutuhan tersebut sangat terbatas. Oleh karena itu, saat ini terdapat beberapa perusahaan e-commerce di Indonesia yang menawarkan layanan PayLater untuk aplikasi pembayaran cicilan. Salah satunya adalah aplikasi Shopee. Fungsionalitas Paylater dapat digunakan sebagai media pembayaran pada aplikasi yang memiliki fungsi sistem ini. adalah aplikasi yang menyelenggarakan sistem jual beli online yang dapat diakses dari smartphone Anda kapan saja dan dimana saja. (<https://Shopee.co.id> 2015)

Bahkan dijelaskan beberapa aplikasi Paylater yang saat ini tersedia di Indonesia. 2018 Salah satu pembayar terdaftar dan diawasi oleh Kantor Jasa Keuangan (OJK). Juga dikenal sebagai SPayLater atau Shopee PayLater. SPayLater terdaftar di OJK sebagai teknologi Fintech dengan nomor sertifikat izin S-1116/NB.213/2018 (<https://sikapuangmu.ojk.go.id>) sejak 21 Desember 2018. Spay Later tersedia untuk pelanggan setia Shopee yang memenuhi persyaratan. Sesuai dengan namanya, SPayLater bisa digunakan untuk pembelian produk di Shopify eCommerce. Sistem pembayaran SPayLater memungkinkan Anda membayar kembali Anda pada tanggal pembayaran yang ditentukan atau membayar secara mencicil selama 1, 3, 6 atau 12 bulan. (<https://shopee.co.id> 2015)

Spay Later mempunyai fasilitas pembayaran PayLater yang memberikan layanan berupa BNPL (Beli Sekarang, Bayar Nanti), metode pembayaran tanpa menggunakan sistem bayar nanti atau cicilan. Lakukan pembelian di platform e-commerce menggunakan kartu kredit Anda. PayLater merupakan inovasi teknologi finansial atau fintech sebagai alternatif pembayaran kredit tanpa kartu. Kemampuan mencicil tanpa menggunakan kartu kredit saat ini sedang menarik perhatian kaum milenial sebagai tren. Ada beberapa syarat yang harus dipenuhi oleh pengguna Spay di masa mendatang untuk dapat menggunakan aplikasi ini. Diantaranya adalah akun Spaylater yang memerlukan registrasi dan verifikasi, akun Kredivo yang telah digunakan selama 3 bulan, dan akun Spaylater yang biasa digunakan untuk trading. Diperbarui dengan aplikasi Spaylater terbaru.

Aplikasi Shopee juga menerapkan sistem kredit berjenjang berdasarkan frekuensi transaksi pengguna. Semakin sering operasi terjadi, semakin tinggi jumlah pinjaman. Namun layanan yang diberikan dapat menyebabkan perubahan perilaku konsumen. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh beberapa variabel. Salah satu variabel yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah gaya hidup konsumen. Gaya hidup seseorang mempengaruhi keinginan dan tindakannya. Gaya hidup juga sering dijadikan sebagai dasar motivator dalam membeli sesuatu. Ketertarikan masyarakat terhadap berbagai hal dipengaruhi oleh gaya hidupnya, gaya hidup berkaitan dengan perkembangan zaman, sehingga gaya hidup dapat memberikan pengaruh yang positif maupun negatif. Faktor

selanjutnya yang dapat berpengaruh dalam tingkat penggunaan layanan adalah faktor Kemudahan Penggunaan. Ketika konsumen ingin melakukan suatu transaksi online, faktor utama yang melatarbelakangi adalah apakah website yang menyediakan layanan tersebut mudah untuk diakses dan cara pendaftarannya juga simple karena mengingat sudah berada di jaman yang serba instan. Oleh sebab itu perlu adanya sistem yang mampu menciptakan kemudahan dalam pendaftaran/pembuatan akun serta peminjaman dan penyedia layanan untuk konsumen. Karena kemudahan penggunaan mempengaruhi perilaku Konsumtif, Spay later merupakan aplikasi di Indonesia yang penggunaanya paling banyak nomor 1 setelah itu Gopay. Tidak dapat dipungkiri Spaylater menjadi primadona pertama karena kemudahan dalam penerapan dan cara akses yang mudah.



Gambar 3. Layanan paylater yang paling sering digunakan

Sumber : Dailysocial.id

Dari data yang disajikan diatas, dijelaskan dan dipaparkan serta menggunakan pembandingan dari hasil survei beberapa aplikasi paylater, hasilnya adalah Spay later menjadi nomor satu dengan pengguna paling banyak di Indonesia.

Spay later menjadi primadona nomor-1 di Indonesia bukan tanpa alasan, banyaknya jumlah aplikasi serupa mendorong orang-orang untuk lebih jeli terhadap pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh aplikasi terkait. Berikut beberapa perbandingan antar aplikasi 3 besar Paylater, sehingga banyak pengguna Aplikasi Paylater menjatuhkan pilihan ke Spay later.

Riset Dailysocial bertajuk Fintech Report 2021 "The Convergence of (Digital) Financial Services" menunjukkan bahwa perusahaan yang dikenal dengan Spaylater atau Shopee Paylater adalah pemimpinnya. Persentase pengguna sebanyak orang atau 78,4% dari total jumlah responden 509 orang. Disusul GoPaylater (33,8%), Kredivo (23,2%), Akulaku (20,4%), Traveloka Paylater (8,6%), dan Indodana (3,3%), kredit rumah (2,8%), dan lainnya (0,4%). Shopee Paylater juga merupakan platform yang paling terkenal. Data selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut:



Gambar 4. Jumlah pengguna, frekuensi pengguna, dan tingkat kesadaran layanan paylater

Sumber : Dailysocial (2021)

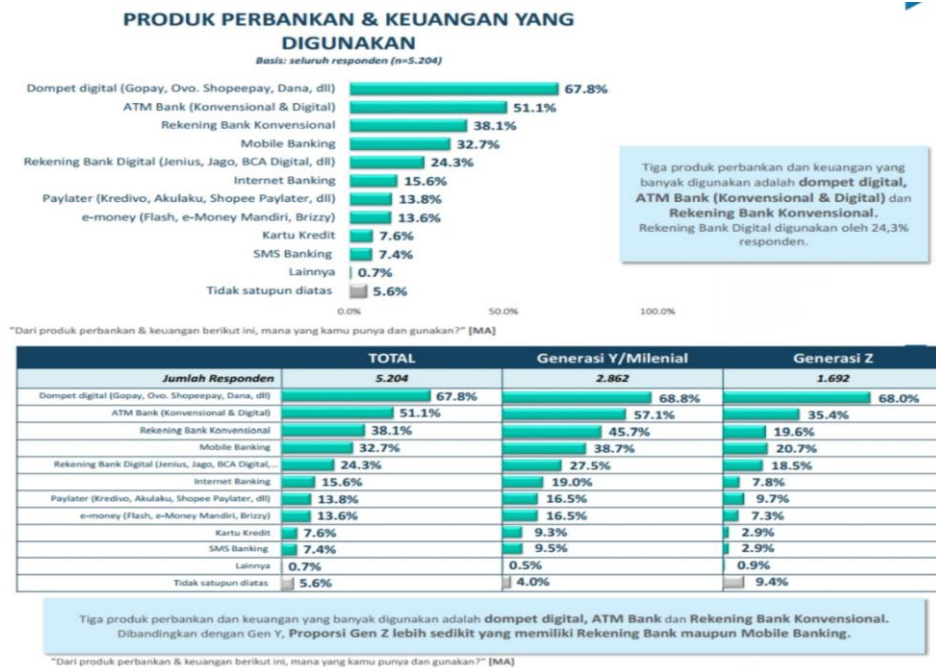
Shopee Paylater telah mendapatkan popularitas selama setahun terakhir berkat promosi agresif yang dilakukan oleh merchant. “Platformnya lebih baik dibandingkan

pemain mapan seperti GoPayLater, Kredivo, Akulaku, dan Traveloka Paylater.” (Dailysocial)

Penggunaan layanan dalam e-commerce di Indonesia pada dasarnya adalah pemenuhan kebutuhan masyarakat demi orang lain. Hendaknya setiap orang mempunyai naluri untuk memenuhi kebutuhan hidup sejak lahir. Namun kenyataannya saat ini banyak orang yang melakukan pembelian online bukan berdasarkan kebutuhannya, melainkan dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti diskon. Karena banyak promosi dan diskon yang tidak didasarkan pada pemenuhan kebutuhan primer, banyak orang yang mengandalkan teknologi untuk melakukan aktivitas belanjanya. Dalam hal ini, sebagai salah satu kelompok dalam masyarakat, remaja tidak lepas dari pengaruh perilaku konsumen, sehingga remaja menjadi sasaran berbagai produk perusahaan.

Kalangan muda atau sering disebut dewasa ini sebagai Gen-Z dengan adanya kemudahan teknologi yang semakin tahun semakin canggih mengakibatkan teransisi dari yang awalnya menggunakan kartu kredit dan beralih ke metode pembayaran Paylater. Pengguna metode pembayaran buy now pay later (paylater) didominasi oleh Gen Z atau rentang usia 17 tahun hingga 25 tahun yang telah memiliki KTP. Penetrasi yang tinggi di kalangan pemuda ini harus dibarengi juga dengan kemampuan bayar. Gen-Z merupakan generasi yang menginginkan serba instan dan selalu mengikuti perkembangan trend terutama dalam hal fashion, gadget, dan pulsa.

Data yang dihimpun dari (Katadata.co.id) Dompot digital seperti GoPay, OVO, ShopeePay, DANA, dan LinkAja menjadi pilihan utama untuk pembayaran sebesar 67,8%, menurut survei terhadap 5.204 responden. Diikuti ATM (51,1%) dan rekening bank tradisional (38,1%). “Rekening bank digital digunakan oleh 4.444 orang atau 24,3% responden,” demikian laporan bertajuk “Perilaku Finansial Gen Z dan Gen Y. Rincian dari data diatas dapat disimpulkan dalam tabel dibawah ini :



Gambar 5. Produk keuangan yang paling banyak digunakan di Indonesia

Sumber : katadata.co.id

Gen Z merupakan generasi yang lahir antara tahun 1995 hingga 2010. Sedangkan Generasi Y atau disebut juga Milenial lahir sekitar tahun 1980 hingga 1995. Berdasarkan laporan, 13,8 persen responden pernah menggunakan kredit dan membayar rumah berikutnya. Faktanya, 16,5 persen generasi milenial telah menggunakan layanan tersebut. Sedangkan Gen Z hanya 9,7%.

Laporan ini menunjukkan bahwa 13,8 persen responden menggunakan fasilitas kredit dan debit. Faktanya, 16,5 persen generasi milenial telah menggunakan layanan tersebut. Sedangkan Gen Z hanya 9,7%. Sekitar 49% generasi milenial menggunakan kredit atau debit untuk membeli smartphone. diikuti oleh fashion (46,4%), kredit (42,6%) dan elektronik (44%). Saat ini, mayoritas (61%) Gen Z menggunakan kredit atau uang tunai untuk membeli kebutuhan fashionnya. Selain itu, kredit (56,6%), perangkat keras dan elektronik. Bagi Gen Z, selain fashion, kebutuhan komunikasi menjadi hal yang paling penting dan menghabiskan uang. Hal ini terlihat dari gambaran kebutuhan bulanan generasi ini. (katadata.co.id)

Gaya hidup atau way of life merupakan gambaran tingkah laku, pola, dan cara hidup yang menunjukkan apa kegiatan, minat, dan kegemaran seseorang, serta apa yang dipikirkan orang tersebut tentang dirinya, sehingga mengekspresikan dirinya melalui simbol-simbol sosial status seseorang dari orang lain dan keadaan. Mereka punya (<https://www.kajianpustaka.com>, 2013).

Menurut Minor dan Mowen (2012: 10), gaya hidup mengacu pada bagaimana seseorang hidup dan bagaimana mereka menghabiskan uangnya; gaya hidup mengacu pada bagaimana seseorang mengalokasikan waktunya. Menurut (Gunawan dan Carissa, 2021), mengatakan bahwa setiap orang mempunyai kebutuhan yang unik dalam hidup dan kebutuhan ini ingin dipenuhi dengan cara yang berbeda-beda. Beberapa orang memenuhi kebutuhan mereka sampai batas tertentu, sementara yang lain bertindak terlalu jauh. Gaya hidup mahasiswa berubah menjadi gaya hidup yang semakin konsumtif akibat tren fashion. Gaya hidup sering dijadikan dasar motivator atau pedoman dalam menentukan pilihan. Gaya hidup sendiri adalah cara seseorang untuk meniru idolanya dan bahkan saling berlomba-lomba dalam kehidupan sehari-hari dengan sesama keluarga, teman, dan orang lain. Oleh sebab itu, maka gaya hidup merupakan salah satu faktor dari berbagai faktor. Faktor lain yang mendukung masyarakat dalam menggunakan aplikasi Spay later adalah karena kemudahan penggunaan.

Kemudahan penggunaan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa teknologi dapat digunakan tanpa usaha mental dan fisik. Sekalipun seseorang yakin bahwa sistem bermanfaat, seseorang mungkin akan kesulitan menggunakan sistem (Davis, 2017: 320). Kemudahan penggunaan mengacu pada sejauh mana pengguna merasa mudah untuk terus menggunakan Paylater. Jika suatu sistem relatif mudah digunakan, pengguna akan lebih mungkin mempelajari fitur-fiturnya dan pada akhirnya terus menggunakannya. Konsep ini mencakup kejelasan tujuan penggunaan teknologi dan kemudahan penggunaan sistem sesuai dengan keinginan dari pengguna. Dengan adanya kemudahan dalam penggunaan dan pengaplikasian Spay later maka muncul juga variabel baru yaitu perilaku konsumtif.

Perilaku Konsumtif atau *Consumptive behaviour*. Menurut Kementerian keuangan RI, perilaku konsumtif adalah perilaku atau gaya hidup individu yang senang

membelanjakan uangnya tanpa pertimbangan yang matang. (djkn.kemenkeu.go.id 2021). Menurut Bagus Nugroho dan Idris (2018) mengemukakan Perilaku konsumen mengacu pada perilaku konsumen yang berlebihan. Kata “konsumtif” sendiri berarti orang yang boros, yaitu orang yang mengonsumsi barang dan jasa secara berlebihan. Perilaku konsumen adalah perilaku konsumen yang berlebihan. Kata “konsumtif” sendiri berarti orang yang boros, yaitu orang yang mengonsumsi barang dan jasa secara berlebihan. Pernyataan ini konsisten dengan tindakan. Pernyataan itu sejalan dengan perilaku masyarakat dan terutama dalam lingkup perkuliahan, disini menjadi obyek adalah mahasiswa yang merupakan pengguna aplikasi Spay later yang paling rawan dan paling sering untuk menggunakan aplikasi Paylater dengan kemudahan yang ditawarkan, sehingga perilaku konsumtif yang tidak bisa dikontrol secara maksimal terutama mahasiswa yang jauh dari orang tua. Adanya sifat gengsi antar mahasiswa menjadikan perilaku konsumtif tidak dapat dikendalikan, dari contoh tersebut perilaku konsumtif dapat menjadi masalah serius seperti timbulnya masalah finansial, stress, sampai dengan mengancam keseimbangan sumber daya alam.

Dari hasil pemaparan diatas, maka penulis ingin menguji seberapa besar dampak yang di timbulkan dari gaya hidup, kemudahan penggunaan, dan perilaku Konsumtif layanan Shopee Paylater terhadap keputusan penggunaan. melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Gaya Hidup, kemudahan penggunaan, dan perilaku Konsumtif terhadap keputusan penggunaan Spaylater bagi mahasiswa STIE Surakarta”.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap penggunaan Shopee Paylater bagi generasi Gen-Z di wilayah Solo Raya?
2. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap penggunaan Shopee Paylater bagi generasi Gen-Z di wilayah Solo Raya?
3. Apakah perilaku konsumtif berpengaruh terhadap penggunaan Shopee Paylater bagi generasi Gen-Z di wilayah Solo Raya?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah gaya hidup mempengaruhi keputusan penggunaan Spay later bagi Gen-Z di wilayah Solo Raya
2. Untuk mengetahui apakah kemudahan penggunaan memepengaruhi keputusan penggunaan Spay Later bagi Gen-Z di Wilayah Solo Raya.
3. Untuk mengetahui apakah perilaku konsumtif mempengaruhi keputusan penggunaan Spay Later bagi Gen-Z di Wilayah Solo Raya

D. MANFAAT PENELITIAN

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat baik secara teoristik maupun praktis, diantaranya :

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan serta memberikan masukan untuk pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen keuangan khususnya yang berhubungan dengan transaksi perkreditan dan utang piutang.

2. Manfaat praktis

a. Bagi Peneliti

Hasil dalam penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan wawasan, pemahaman dan pengalaman berhubungan dengan Transaksi digital, manajemen keuangan, kepuasan pengguna, dan motivasi serta kebijakan pengguna terhadap aplikasi serta faktor lain yang mempengaruhinya.

b. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan bermanfaat bagi masyarakat dari Aplikasi Spay Later sehingga dapat mengetahui kritik

saran dari pengguna sehingga kedepannya dapat lebih meningkatkan aplikasi ke lebih baik.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan sebagai bahan kajian dalam dunia ilmu pengetahuan tentang manajemen keuangan khususnya mengenai pengaruh gaya hidup, kemudahan, dan perilaku konsumtif terhadap penggunaan aplikasi Spay later.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Gaya Hidup

Menurut Minor dan Mowen (2012:10), gaya hidup menunjukkan bagaimana seseorang hidup dan bagaimana membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalokasikan waktu. Gaya hidup mencerminkan keseluruhan pribadi yang berinteraksi dengan lingkungan. Menurut Schiffmann dan Kanuk (2015:12) mengungkapkan indikator gaya hidup adalah :

- a. *Activities* (Kegiatan) yaitu apa yang dikerjakan konsumen, produk apa yang dibeli atau digunakan, dan kegiatan apa yang mereka lakukan untuk mengisi waktu luang.
- b. *Interest* (Minat) yaitu kesukaan, kegemaran, dan prioritas dalam hidup konsumen.
- c. *Opinion* (Pendapat) yaitu pandangan dan perasaan dari konsumen dalam menanggapi isu-isu global, lokalitas, moral, ekonomi, dan sosial.

2. Kemudahan Penggunaan

Kemudahan menjadi faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan transaksi pembelian. (Davis, 1989) Seiring dengan perubahan zaman yang semakin cepat dan mudah, pola gaya hidup masyarakat juga semakin cepat. Hal ini didasarkan pada teori Technology Acceptance Model (TAM) Mohd. Dalam Yusoff (2011), TAM berpendapat bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan faktor penting yang menentukan sikap pengguna terhadap niat penggunaan mereka. Menurut Davis (1989), perspektif kegunaan (*perceived ease of use*) adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa jika seseorang menggunakan sistem, maka usaha yang dikeluarkan pada tugas tertentu akan berkurang. Di sisi lain menurut Pavlou (2014)

Kenyamanan diterapkan pada perilaku konsumen online, antarmuka web yang mudah digunakan dirancang untuk memudahkan proses transaksi dapat diterima dengan mudah oleh konsumen.

Kemudahan (ease of use) menurut David (Andini, Wardoyo (2017)) mengartikan persepsi kegunaan sebagai keyakinan akan kemudahan penggunaan. Frekuensi penggunaan dan interaksi antara pengguna dan sistem juga menunjukkan kegunaan. Fakta bahwa sistem lebih sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih familiar dan lebih mudah digunakan dan digunakan. Berikut beberapa indikator kemudahan penggunaan :

- a. *Clear and understanding*
- b. *Does not require a lot of mental effort*
- c. *Easy to use*
- d. *Easy to get the system to do what he/she wants to do*

3. Perilaku Konsumtif

Konsumsi berasal dari kata bahasa Inggris ``konsumtif" dan mengacu pada kualitas mengkonsumsi, memakai, menggunakan, menyia-nyiakan, atau menyia-nyiakan barang atau jasa untuk mengkonsumsinya secara berlebihan.

Konsumtif adalah keinginan untuk mengkonsumsi barang dan jasa yang sebenarnya tidak dibutuhkan untuk mencapai kepuasan (Effendi, 2016). Menurut Sumartono (2002) dalam Mujahidah (2020), perilaku konsumen bukan lagi suatu tindakan yang didasarkan pada pertimbangan rasional, melainkan suatu tindakan yang didasarkan pada keinginan yang sudah mencapai taraf dan sudah tidak rasional lagi.

Berdasarkan definisi di atas dapat kita simpulkan bahwa perilaku konsumen adalah perilaku dimana seseorang merasakan keinginan untuk mengkonsumsi secara berlebihan tanpa pertimbangan rasional guna

memperoleh kebahagiaan atau kepuasan. Menurut Swasta dan Handoko (2000) dalam Effendi (2016), Beberapa indikator perilaku konsumtif, yaitu :

- a. Impulsive buying, yaitu perilaku pembelian yang berlebihan. Perilaku konsumen yang berlebihan ditandai dengan sikap berlebihan dalam membeli barang dan membeli barang mahal dalam berbelanja.
- b. Non-rational buying, yaitu perilaku pembelian yang tidak rasional. Konsumen yang berperilaku non-rational memiliki karakteristik suka membeli barang yang kurang manfaat dan membeli karena gengsi.
- c. Wasteful buying, yaitu perilaku pembelian yang bersifat boros. Perilaku pembelian yang bersifat boros ditandai oleh pembelian barang oleh konsumen yang tidak disesuaikan dengan kebutuhan yang harus dipenuhi atau berlebihan dalam memenuhi kebutuhan. Menurut Sumartono (2002) dalam Effendi (2016), munculnya perilaku konsumtif disebabkan oleh dua hal, yaitu sebagai berikut:

1) Faktor Internal

Faktor internal yang berpengaruh pada perilaku konsumtif diantaranya adalah:

- a. Motivasi, merupakan dorongan yang dirasakan seseorang untuk melakukan tindakan pemenuhan kebutuhan.
- b. Harga diri, seorang yang memiliki harga diri rendah cenderung lebih mudah dipengaruhi daripada yang harga dirinya tinggi.
- c. Observasi, merupakan suatu proses belajar yang dilakukan konsumen ketika mengamati tindakan dan perilaku orang lain.
- d. Proses belajar, merupakan suatu proses untuk memperoleh pengetahuan dan pengalaman. Pengetahuan dan pengalaman ini akan mengakibatkan perubahan sikap dan perilaku.
- e. Kepribadian, merupakan karakteristik yang dimiliki seorang individu, perbedaan karakteristik tersebut menggambarkan ciri unik dari masing – masing individu.

- f. Konsep diri, merupakan gambaran individu tentang diri sendiri. Konsep diri dapat mempengaruhi persepsi dan perilaku membeli seseorang.

2) Faktor Eksternal

Faktor eksternal yang berpengaruh pada perilaku konsumtif diantaranya adalah:

- a. Budaya, mengacu pada seperangkat nilai, gagasan dan simbol bermakna lainnya yang membantu individu berkomunikasi, membuat tafsiran dan melakukan evaluasi sebagai anggota masyarakat.
- b. Kelas sosial, merupakan pembagian di dalam masyarakat yang terdiri dari individu-individu yang terbagi menjadi nilai, minat dan perilaku yang sama.
- c. Kelompok-kelompok sosial dan referensi, merupakan kesatuan sosial yang menjadi tempat individu berinteraksi satu sama lain, karena adanya hubungan di antara mereka, kelompok sosial.
- d. Keluarga, keputusan konsumsi kerap kali dipengaruhi oleh keluarga karena keluarga memainkan peran terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku manusia dalam pemberian barang dan jasa.

Adapun beberapa karakteristik atau indikator perilaku konsumtif menurut Sumartono (2002) dalam Effendi (2016) yaitu:

- a. Membeli produk karena iming-iming hadiah Pembelian barang dilakukan atas dasar ingin mendapatkan hadiah tambahan yang diberikan apabila membeli barang tersebut.
- b. Membeli produk karena kemasan yang menarik Seseorang membeli suatu produk hanya karena kemasan yang disuguhkan terlihat menarik. Sehingga motivasi atau alasan

untuk membeli produk tersebut adalah karena ketertarikan atas kemasannya.

- c. Membeli produk demi menjaga tampilan dan gengsi
Seseorang membeli produk hanya karena ingin menjaga penampilannya agar terlihat lebih modis dan kekinian dibandingkan orang-orang lainnya.
- d. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat dan kegunaannya Pembeli terkadang tebusuk untuk membeli suatu barang karena menganggap harga barang yang mahal merupakan cerminan barang tersebut adalah barang mewah dan berkelas.
- e. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.

4. Keputusan Penggunaan

Hasil Indayanto dan Susilo (2015) menunjukkan bahwa persepsi kegunaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan akun Pinjam online. Menurut Nugroho (2003: 38), memutuskan apakah akan menggunakan suatu layanan merupakan proses integratif yang menggabungkan sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih alternatif tindakan dan memilih salah satunya. Menurut Kotler dan Armstrong (2016: 177), keputusan penggunaan adalah bagian dari perilaku konsumen, dan merupakan proses dimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan memanfaatkan barang, jasa, ide, dll. adalah studi tentang bagaimana melakukannya. pengalaman untuk memenuhi kebutuhan Anda dan memenuhi keinginan Anda. Menurut Alma (2013: 96), keputusan penggunaan suatu jasa merupakan suatu proses konsumsi yang dipengaruhi oleh ekonomi finansial, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, periklanan, bukti fisik, manusia, dan proses, sehingga mengembangkan sikap di mana konsumen memproses seluruh informasi dan menarik kesimpulan berupa jawaban yang menunjukkan produk mana yang akan dibeli.

Dari definisi di atas dapat kita simpulkan bahwa keputusan untuk menggunakan suatu jasa atau tidak merupakan salah satu konsep perilaku konsumen baik bagi individu maupun konsumen, kelompok, ataupun organisasi dalam melakukan penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif yang ada dan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan. Mengidentifikasi Indikator keputusan penggunaan menurut Kotler dan Keller (2016) mengemukakan bahwa :

1. Pilihan produk, keputusan penggunaan konsumen yang didasarkan pada pemilihan dari berbagai produk dan menetapkan satu produk yang dianggap paling sesuai.
2. Pilihan merek, keputusan penggunaan konsumen berdasarkan merek yang paling sesuai dengan faktor emosional dan asosiasi positif konsumen terhadap suatu merek.
3. Waktu pembelian, keputusan penggunaan konsumen berdasarkan frekuensi pembelian dalam satu periode waktu tertentu.
4. Jumlah pembelian, keputusan penggunaan konsumen berdasarkan jumlah pembelian dalam periode waktu tertentu.
5. Metode pembayaran. Konsumen dapat memilih keputusan tentang metode pembayaran yang akan dilakukan dalam pengambilan keputusan menggunakan produk atau jasa.

B. PENELITIAN TERDAHULU

Hasil-hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan

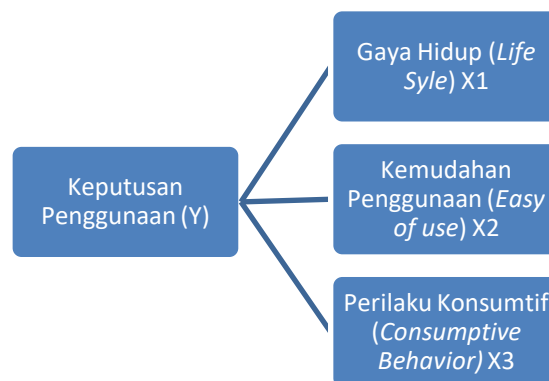
Tabel 1. Penelitian terdahulu

No.	Penulis dan Judul tahun	Hasil
-----	-------------------------	-------

1.	Fanny anggraeny putri, Sri Setyo Iriani (2020)	Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap keputusan pembelian menggunakan pinjaman online shopee paylater	Pengaruh kepercayaan dan kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan pinjaman online Spay later
2.	Mariatus Sakdiyah (2021)	Pengaruh gaya hidup, dan harga terhadap keputusan pembelian Onlineshop pusat Hijabsyaree	Gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian
3	Imam Syaiqoni, Feti Fatimah, Jekti Rahayu (2023)	Pengaruh Presepsi Kemudahan, kemanfaatan, dan kenyamanan terhadap keputusan penggunaan Go-Food	Presepsi kemudahan kemanfaatan, dan kenyamanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan Go-Food
4.	Eni Nur Aini, Anik Iestari Andjarwati. (2020)	<i>Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian</i>	<i>Gaya hidup konsumtif memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembeli. Sedangkan variable kualitas produk terdapat hasil berbeda dimana pada variabel kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.</i>
5.	Euis Audria sari, Ifa Latifah. (2023)	Pengaruh penggunaan Shopee paylater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa muslim	Pengaruh penggunaan Shopee paylater yang berkualitas mempengaruhi selera konsumtif mahasiswa.

6.	Rohima.phyta, Irwan Cahyadi	Pengaruh Fitur Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram	kemudahan penggunaan fitur Spay later berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa universitas Mataram.
----	--------------------------------	---	---

C. KERANGKA PIKIR



Gambar 6. Kerangka pemikiran

Berdasarkan gambar diatas terdapat 2 variabel yaitu Variabel Dependen dan Variabel Independen.

1. Variabel Dependen y

Menurut Sujarweni (2015) dalam Nurusyifa (2018) variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan Penggunaan (Y).

2. Variabel Independen x

Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab timbulnya variabel dependen/terikat.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah Gaya hidup (X1), kemudahan penggunaan (X2), dan perilaku konsumtif (X3).

D. HIPOTESIS PENELITIAN

1. Pengaruh Gaya Hidup terhadap keputusan penggunaan Spay later

Gaya hidup merupakan salah satu unsur kebutuhan sekunder seseorang yang berubah-ubah sesuai dengan tren terkini dan kebutuhan untuk memenuhi gaya hidup. Salah satu perubahan ini berkaitan dengan cara kita menangani uang saat berbelanja. Perkembangan teknologi beberapa tahun terakhir memudahkan berkembangnya e-commerce yang mempengaruhi gaya hidup masyarakat. Misalnya generasi milenial yang menggunakan media sosial dan berbelanja online menggunakan aplikasi shopee. Aplikasi Shopee memiliki beberapa fitur layanan yang tersedia untuk memudahkan pekerjaan Anda, seperti fitur Shopee PayLater. Anak muda pasti akan tertarik untuk mencoba fitur ini sesuai dengan kebutuhan gaya hidup mereka yang sejalan dengan tren terkini, apalagi berkat banyaknya promosi yang ditawarkan. Oleh karena itu, perlu memperhatikan faktor gaya hidup seseorang.

Dari hasil penelitian Maraitus sakdiyah (2021) yang berjudul “Pengaruh gaya hidup, dan harga terhadap keputusan pembelian Onlineshop pusat Hijabsyaree” menunjukkan bahwa variabel gaya hidup memiliki nilai t hitung dan nilai dengan nilai signifikasni 5%, dari hasil perbandingan tersebut maka H_0 ditolak artinya variabel gaya hidup berpengaruh signifikan.

H_1 : Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan Spay later.

2. Pengaruh kemudahan terhadap keputusan penggunaan Spay later

Menurut Jogiyanto (2007: 115), pengertian 'kemudahan penggunaan' diartikan sebagai sejauh mana seseorang yakin bahwa penggunaan suatu sistem teknologi tertentu dapat dilakukan tanpa usaha apa pun. Davis dkk. (1989) mendefinisikan persepsi kemudahan penggunaan sebagai tingkat dimana

seseorang percaya bahwa suatu teknologi mudah untuk dipahami. Berdasarkan definisinya, ini dikenal sebagai konstruksi yang bijaksana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berdampak positif terhadap kemauan menggunakan uang elektronik. Dengan kata lain, semakin nyaman dirasa maka minat menggunakan uang elektronik akan semakin meningkat.

Penelitian Imam Syaiqoni (2023) yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kegunaan, dan Kenyamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Go-Food” menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan mempengaruhi minat penggunaan uang elektronik kontribusi positif bagi Hipotesis kedua menyatakan bahwa nilai koefisien regresi menghubungkan persepsi kemudahan penggunaan dan nilai signifikansi.

Berdasarkan hal tersebut, kemudahan penggunaan diakui berdampak positif terhadap minat penggunaan uang elektronik.

H2 : Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan Spay later.

3. Pengaruh perilaku konsumtif terhadap keputusan penggunaan Spay later

Perilaku konsumtif mengacu pada perilaku konsumen yang berlebihan. Kata konsumtif aslinya berarti orang yang boros, yaitu orang yang mengonsumsi barang dan jasa secara berlebihan. Selain itu, perilaku konsumen juga dapat digambarkan sebagai kecenderungan manusia untuk mengonsumsi tanpa henti, karena banyak orang yang mengutamakan keinginan dibandingkan kebutuhan. Pentingnya perilaku konsumen didasarkan pada faktor emosional seperti pembelian, karena perilaku pembelian dipengaruhi oleh model, prestise, pengaruh promosi, niat membeli, dll.

Berdasarkan penelitian Eni Nur Aini (2020) yang berjudul “Pengaruh gaya hidup konsumen dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian”, berdasarkan analisis regresi dan pengujian hipotesis sebelumnya diperoleh hasil sistem pembayaran PayLater mempunyai pengaruh yang signifikan. itu memberi terlibat dalam perilaku konsumtif. Ho diterima. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Paylater terhadap perilaku konsumsi.

BAB V

PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan tentang “Pengaruh Gaya Hidup, Kemudahan, dan Perilaku Konsumtif terhadap Keputusan Penggunaan Spay Later bagi Gen-Z wilayah Solo Raya. Maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan Penggunaan Spay Later di wilayah Solo Raya.
2. Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan keputusan Penggunaan Spay Later di wilayah Solo Raya.
3. Perilaku Konsumtif berpengaruh signifikan terhadap keputusan Penggunaan Spay Later di wilayah Solo Raya.

2. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan, peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Berkaitan dengan variabel gaya hidup dan kemudahan hendaknya akun Spay later dalam metode pembayarannya lebih ditingkatkan lagi dalam hal kemudahan bagi Gen-Z. pada pengguna fitur Spay later hendaknya lebih

berhati-hati dalam menjalankan transaksi, penggunaa sebaiknya untuk hal yang mendesak dan sangat penting.

2. Berkaitan dengan variabel perilaku konsumtif, Gen-Z sebaiknya melakukan perencanaan atau penganggaran pendapatan yang dimiliki, sehingga alokasi dana untuk kebutuhan, membayar kewajiban serta kegiatan berbelanja mampu diterapkan secara seimbang.
3. Gen-Z sebaiknya mengetahui informasi yang jelas tentang transaksi kredit yang ada dalam akun Spay later.
4. Peneliti selanjutnya diharapkan menambah serta mengembangkan variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini, seperti; keamanan, efektivitas, produktivitas, kompleksitas, dan keunggulan. Selain itu, penggunaan objek dapat lebih luas, sehingga memberikan hasil yang lebih baik.

3. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa terdapat beberapa keterbatasan yang membuat proses penelitian ini cukup menyita waktu, adapun beberapa keterbatasan dalam penelitian ini yaitu:

1. Ketidakpastian jumlah pengguna Spay later
2. Beberapa Gen-Z tidak bersedia untuk mengisi kuesioner.
3. Pendekatan yang kurang optimal terhadap responden karena adanya jarak dan waktu.

DAFTAR PUSTAKA

- Bawono, A., Isanawikrama., Arif, K & Kurniawan, J. Y. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen, Brand Image dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Online pada Situs Belanja Online (Studi Kasus pada Situs Belanja Online XYZ). Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan. (Online). Vol 2, No. 2. Hal 131-144.
- Febriani, R. R & Sudaryanto, B. (2018). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Layanan terhadap Kepercayaan dan Keputusan pembelian pada Toko Online (Studi pada konsumen OLX.co.id di Kota Semarang). Diponegoro Journal of Management. (Online). Vol 7, No. 2. Hal 1-11
- Ghozali, Imam. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19. Semarang: Universitas Diponegoro
- Haekal, A., Widjajanta, B. (2016). Minat Membeli secara online pada Pengunjung Website. Business Management and Entrepreneurship Education, 1(1), 181-193.
- https://scholar.google.co.id/scholar?q=pdf+jurnal+pengaruh+citra+merek ,gaya+hidup,kualitas+produk+terhadap+keputusan+pembelian+belanja+online&hl=id&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholart#d=gs_qabs&u=%23p%3DuhgmUc1qHz0J
- Ilaisyah, L. H & Sulistyowati, R. (2020). Pengaruh Brand Ambassador dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Marketplace Tokopedia. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN). (Online), Vol 8, No. 3. Hal 904-910.
- Kuncoro, Mudrajad. (2011). Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN
- Mahanani, E. (2018). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Produk MatahariMall.com*. Jurnal Sosial dan Humaniora. (Online), Vol 2, No. 1. Hal 53-61.
- Nasution, L. S., Limbong, H. C & Nasution, R. A. D. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). Jurnal Ecobisma. (Online), Vol 7, No. 1. Hal 51.

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Suhir, M., Suyadi, I., dan Riyadi.(2015). Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. Jurnal Administrasi Bisnis. No 8(1), pp:1-10.<https://scholar.google.com>

[https://journal.ubm.ac.id/index.php/pengabdian-n
dankewirausahaan/article/view/1366/1175](https://journal.ubm.ac.id/index.php/pengabdian-n
dankewirausahaan/article/view/1366/1175)

<http://jurnal.ulb.ac.id/index.php/ecobisma/article/view/1528>

<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id>

LAMPIRAN 1. KUISIONER PENELITIAN

Kuisisioner Pengaruh Gaya Hidup, Kemudahan Penggunaan, dan Perilaku Konsumtif Terhadap Keputusan Penggunaan Spay Later bagi Gen-Z wilayah Solo Raya

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh. Perkenalkan saya Romadan, Mahasiswa semester 8 Prodi Manajemen STIE Surakarta. Mohon izin untuk menyebarkan kuisisioner penelitian dengan judul di atas, guna menempuh tugas akhir. Hasil data dari kuisisioner ini akan digunakan sebagai bahan penelitian dalam menyelesaikan Skripsi dan dijamin kerahasiaannya.

Adapun kriteria responden yaitu :

- Pernah pemakaian Spay later minimal 3 kali
- Berdomisili di Solo Raya
- Generasi Z (17-35 tahun)

Peneliti memohon kesediaan responden untuk mengisi kuesioner dengan sebenar benarnya.

Wasalamu'alaikum Warahmatullahi

Wabarakatuh. Hormat saya,

Romadan

Petunjuk Pengisian Formulir :

1. Sangat Tidak Setuju
2. Tidak Setuju
3. Netral
4. Setuju
5. Sangat Setuju

* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi

Bagian Tanpa Judul

1. Alamat Email *

2. Domisili *

Tandai satu oval saja.

- ☐ Surakarta ☐ Boyolali ☐ Sukoharjo ☐ Klaten
☐ Karanganyar ☐ Sragen
☐ Wonogiri

3. Jenis kelamin *

Tandai satu oval saja.

- ☐ Laki-laki ☐ Perempuan

4. Umur *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 17-19 Tahun
☐ 20-22 Tahun
☐ 23-25 Tahun
☐ >26 Tahun

Kuisiioner Pengaruh Gaya Hidup, Kemudahan Penggunaan, dan Perilaku Konsumtif Terhadap Keputusan Penggunaan Spay Later bagi Gen-Z wilayah Solo Raya

Petunjuk Pengisian Formulir :

1. Sangat Tidak Setuju
2. Tidak Setuju
3. Netral
4. Setuju
5. Sangat Setuju

5. **GAYA HIDUP***

Saya memilih untuk menggunakan Spay later guna menunjang aktivitas saya.

Tandai satu oval saja.

☐ 1

☐ 2

☐ 3

☐ 4

☐ 5

6. Saya berminat menggunakan Spay later guna menunjang minat dan kemauan* saya dalam berbelanja online.

Tandai satu oval saja.

☐ 1

☐ 2

☐ 3

☐ 4

☐ 5

7. Saya berpendapat kalau Spay later merupakan aplikasi yang digunakan untuk* menunjang gaya hidup.

Tandai satu oval saja.

☐ 1

☐ 2

☐ 3

☐ 4

☐ 5

Kuisiioner Pengaruh Gaya Hidup, Kemudahan Penggunaan, dan Perilaku Konsumtif Terhadap Keputusan Penggunaan Spay Later bagi Gen-Z wilayah Solo Raya

8. KEMUDAHAN PENGGUNAAN*

saya menggunakan Spay later karena merasa merasa jelas dan mengerti fitur- fitur didalamnya.

Tandai satu oval saja.

☐ 1

☐ 2

☐ 3

☐ 4

☐ 5

9. saya tidak perlu tenaga dan pikiran yang berlebihan dalam menggunakan Spay* later karena fiturnya mudah dipahami.

Tandai satu oval saja.

☐ 1

☐ 2

☐ 3

☐ 4

☐ 5

10. Saya menggunakan Spay later karena dalam penerapan dan penggunaan* sangat mudah.

Tandai satu oval saja.

☐ 1

☐ 2

☐ 3

☐ 4

☐ 5

11. Saya merasa sistem yang ada dalam Spay later memudahkan saya dalam* menggunakan Spay later.

Tandai satu oval saja.

☐ 1

☐ 2

☐ 3

☐ 4

☐ 5

Kuisiioner Pengaruh Gaya Hidup, Kemudahan Penggunaan, dan Perilaku Konsumtif Terhadap Keputusan Penggunaan Spay Later bagi Gen-Z wilayah Solo Raya

12. **PERILAKU KONSUMTIF**

*

Saya tiba-tiba membeli barang karena melihat diskon diaplikasi.

Tandai satu oval saja.

☐ 1

☐ 2

☐ 3

☐ 4

☐ 5

13. saya memilih barang konsumsi diaplikasi tanpa banyak berpikir karena saya* merasa sedang banyak diskon.

Tandai satu oval saja.

☐ 1

☐ 2

☐ 3

☐ 4

☐ 5

14. Saya menghabiskan uang untuk barang yang belum tentu berguna untuk* kedepannya karena terpengaruh oleh diskon.

Tandai satu oval saja.

☐ 1

☐ 2

☐ 3

☐ 4

☐ 5

Kuisiioner Pengaruh Gaya Hidup, Kemudahan Penggunaan, dan Perilaku Konsumtif Terhadap Keputusan Penggunaan Spay Later bagi Gen-Z wilayah Solo Raya

15. **KEPUTUSAN PENGGUNAAN***

saya memilih Spay later untuk melakukan pembelian terhadap produk yang diinginkan

Tandai satu oval saja.

☐ 1

☐ 2

☐ 3

☐ 4

☐ 5

16. Saya menggunakan Spay later karena banyak merek yang saya beli. *

Tandai satu oval saja.

☐ 1

☐ 2

☐ 3

☐ 4

☐ 5

17. Saya memakai Spay later karena bisa digunakan dan diakses setiap waktu. *

Tandai satu oval saja.

☐ 1

☐ 2

☐ 3

☐ 4

☐ 5

18. Saya menggunakan Spay later karena memberikan limit penggunaan yang saya * inginkan.

Tandai satu oval saja.

☐ 1

☐ 2

☐ 3

☐ 4

☐ 5

19. Saya menggunakan metode pembayaran menggunakan Spay later *

Tandai satu oval saja.

☐ 1

☐ 2

☐ 3

☐ 4

☐ 5

LAMPIRAN 2. TABULASI DATA

GAYA HIDUP, KEMUDAHAN, PERILAKU KONSUMTIF, DAN KEPUTUSAN
PENGUNAAN

X1				X2					X3				Y					
X1. 1	X1. 2	X1. 3	TOTA L X1	X2. 1	X2. 1	X2. 3	X2. 4	TOTA L X2	X3. 1	X3. 2	X3. 3	TOTA L X3	Y 1	Y 2	Y 3	Y 4	Y 5	TOTA L Y
4	4	1	9	1	1	1	1	4	3	3	5	11	4	4	2	2	2	14