

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN FITUR SHOPEE PAYLATER
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PENGGUNA
SHOPEE DI DAERAH KLATEN**



ARTIKEL ILMIAH

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas-Tugas dan
Syarat-Syarat Memperoleh Derajat Sarjana Manajemen**

Disusun Oleh :

Lusiana Nur Istiqomah

(21120025)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA**

2025

HALAMAN PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Lusiana Nur Istiqomah
NIM : 21120025
Program Studi : S1 Manajemen
Judul : Pengaruh Gaya Hidup dan Fitur Shopee Paylater
Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Shopee di
Daerah Klaten

Disetujui dan disahkan :
Hari :
Tanggal :

Pembimbing,

Muhammad Syihabuddin, S.Hum.,M.M.

**Mengetahui,
Kepala Program Studi S1 Manajemen**

**Satria Veriansyah Wiguna,S.Sn.,M.M.
NIDN. 0606069402**

Pengaruh Gaya Hidup dan Fitur Shopee Paylater Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Shopee di Daerah Klaten

Lusiana Nur Istiqomah

Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.

lusyanaisti@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah gaya hidup dan fitur shopee paylater berpengaruh terhadap keputusan pembelian pengguna shopee di daerah Klaten. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif yang dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner melalui *googleform* kepada responden yang berusia 17-45 tahun, berdomisili Klaten dan pernah menggunakan fitur Shopee Paylater. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah 80 responden yang memenuhi kriteria. Metode pengolahan data menggunakan SPSS versi 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup dan fitur shopee paylater berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian pengguna shopee di daerah Klaten. Kata Kunci: Gaya Hidup, Fitur Shopee Paylater, Keputusan Pembelian.

The Effect of Lifestyle and Features Shopee Paylater on Shopee Users' Purchase Decisions in the Klaten Area

Abstract

This study aims to find out whether the lifestyle and features of shopee paylater affect the purchase decision of shopee users in the Klaten area. The method used in this study is a quantitative method carried out by distributing questionnaires through googleform to respondents aged 17-45 years, domiciled in Klaten and having used the Shopee Paylater feature. The number of respondents used in this study was 80 respondents who met the criteria. The data processing method uses SPSS version 23. The results of the study show that the lifestyle and features of shopee paylater have a positive and significant effect on the purchase decision of shopee users in the Klaten area. Keywords: Lifestyle, Shopee Paylater Features, Purchase Decisions.

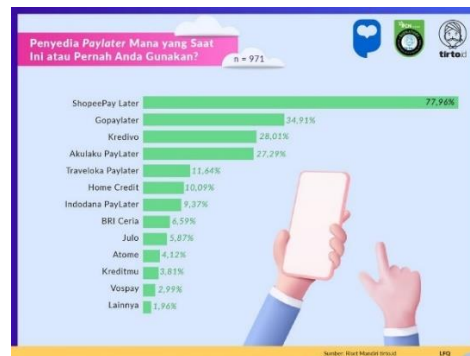
A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat menyebabkan perubahan sosial, ekonomi dan budaya secara signifikan membuat dunia menjadi tanpa batas. Bersamaan dengan berkembangnya teknologi diikuti dengan pola pikir dan kebiasaan dalam mendapatkan akses yang lebih efektif dan efisien khususnya dalam hal berbelanja. Dengan adanya internet ini dapat mendorong aktivitas jual beli, promosi, komunikasi dan aktivitas lainnya tanpa tatap muka yang disebut sebagai *e-commerce*. Dengan *e-commerce* dapat memberikan kemudahan dan fleksibilitas yang tak terbatas dalam berbelanja dan berbisnis. Menurut Riswandi 2019, *E-commerce* adalah satu set dinamis ekonomi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan konsumen dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan/jasa dan informasi yang dilakukan secara elektronik. Salah satu situs *e-commerce* adalah *marketplace* yang digunakan sebagai wadah untuk jual beli secara online. Perkembangan *marketplace* yang secara pesat dengan berbagai inovasi dan kemudahannya membuat penggunaannya melakukan keputusan pembelian. *Marketplace* sendiri ada berbagai macam platform diantaranya, shopee, lazada, tokopedia, tiktokshop dan lain sebagainya. Shopee adalah salah satu *marketplace* yang berdiri sejak 2015 dikelola oleh SEA Group milik Forrest Li. Perkembangan shopee di Indonesia sangat pesat dengan fitur-fitur menarik yang disediakan shopee. Shopee menyediakan berbagai jenis produk seperti produk *fashion*, elektronik, hingga produk-produk peralatan rumah tangga dengan bahan, model, dan harga yang bervariasi. Shopee juga mempunyai beberapa metode pembayaran, seperti shopeepay, *Cash On Delivery* (COD), dan Shopee Paylater.

Teknologi informasi juga dapat menyampaikan informasi perubahan tren dengan cepat salah satunya melalui media sosial. Melalui platform ini tidak sedikit yang menampilkan gaya hidup yang menarik dari perjalanan mewah, makanan lezat, hingga *fashion* terkini. Dengan mengikuti tren gaya hidup terkadang seseorang akan merasa *up-to-date* dari komunitas tertentu. Menurut Al Shabiyah (2019:108) gaya hidup adalah bagaimana seseorang dalam menjalani hidupnya termasuk dari produk apa yang mereka beli, bagaimana menggunakannya serta apa yang dipikirkan dan dirasakan setelah menggunakan produk tersebut atau gaya hidup berhubungan dengan reaksi sesungguhnya atas pembelian suatu produk tertentu. Secara luas gaya hidup dapat didefinisikan sebagai cara seseorang hidup. Dalam pemasaran konsumen, gaya hidup dapat mempengaruhi perilaku konsumen tentang Keputusan pembelian, terlebih pembelian secara online sehingga konsumen dapat melakukan pembelian dengan mudah salah satunya melalui shopee. Oleh karena itu, untuk memenuhi gaya hidup seseorang shopee paylater hadir untuk memudahkan pembelian tanpa menyiapkan uang diawal.

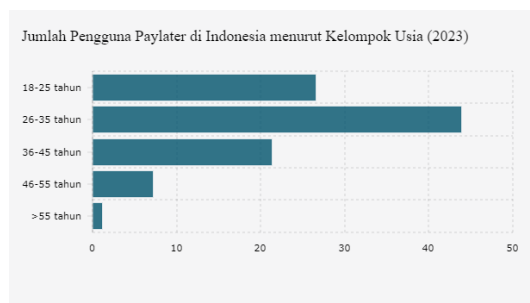
Shopee paylater adalah fitur pada pengguna shopee untuk membeli barang yang tersedia berbagai macam jenis produk dan angsuran yang diawasi langsung oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Dengan shopee paylater pengguna dapat

membeli dahulu suatu produk dan bayar dibulan berikutnya yang dikenal dengan istilah beli sekarang bayar nanti. Shopee paylater juga dapat membayar transaksi lain ditoko-toko *offline* yang menyediakan *Q-riz* shopeepay. Tidak hanya itu pengguna dapat membayar tagihan shopee paylater dengan dicicil sesuai jangka waktu yang dipilih. Pengguna dapat memilih jangka waktu cicilannya 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, 12 bulan, dan 24 bulan dan dapat memilih cicilan 1x, cicilan 3x, dan cicilan 12x.



Sumber: Tirto.id 2022

Dari data diatas dilansir dari tirto.id yang melakukan riset pada tahun 2022 dengan pengguna paylater terbanyak menggunakan aplikasi shopee paylater. Dengan hal ini gaya hidup dapat mempengaruhi seseorang memilih dan membeli suatu produk. Selain itu, fitur shopee paylater dengan segala kemudahan dan keamanannya dapat mempengaruhi seseorang untuk melakukan Keputusan pembelian. Keputusan Pembelian merupakan suatu Keputusan akhir yang dilakukan seseorang konsumen untuk membeli barang atau jasa dengan berbagai pertimbangan tertentu. Menurut Assauri (2004), Keputusan pembelian adalah proses pengambilan Keputusan yang dilakukan untuk membeli atau tidaknya suatu produk yang didapat dari kegiatan sebelumnya.



Sumber: Databoks 2023

Dari data diatas yang dilansir dari databoks (2023) hasil dari riset yang dilakukan dengan kerjasama Bersama Kredivo diketahui pengguna paylater di Indonesia didominasi oleh generasi milenial dan gen Z. Permasalahan dari fenomena tersebut adalah maraknya kasus kredit macet atau gagal bayar. Menurut Indef, kasus pinjaman macet atau gagal bayar makin banyak terjadi pada usia

dibawah 19 tahun dimana pada tahun itu masih banyak yang belum berpenghasilan. Rata-rata kredit macet Rp 2,8 juta per orang yang menjadi angka tertinggi dibanding umur lainnya. Secara keseluruhan OJK menyatakan angka kredit macet paylater mencapai 7,61% pada bulan september lalu. Untuk meminimalisir masyarakat Indonesia terjebak hutang paylater OJK mengeluarkan peraturan baru bagi pengguna paylater harus memenuhi beberapa kriteria diantaranya: usia 18 tahun keatas, mempunyai gaji minimal Rp 3 jt, dan sudah menikah (dilansir dari Kompas.com 2025).

Dari penjelasan masalah diatas penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor keputusan pembelian pengguna shopee. Dalam penelitian ini faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pengguna shopee adalah gaya hidup dan fitur shopee paylater sebagai variable independent. Penulis akan menganalisa dalam bentuk penelitian yang berjudul “Pengaruh Gaya Hidup dan Fitur Shopee Paylater Terhadap Keputusan Pembelian didaerah Klaten”.

B. KAJIAN TEORI

1. Gaya Hidup

Menurut Mowen (dalam Astuti & Hasbi, 2020) gaya hidup menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalokasikan waktu. Menurut Engel (dalam Wibowo et.al, 2017) gaya hidup adalah pola dimana orang hidup dan menghabiskan waktu serta uang. Menurut Simamora (2016) gaya hidup merupakan cara hidup individu yang cenderung menghabiskan waktu atau aktivitas mereka dalam lingkungannya (ketertarikannya) dan apa yang mereka anggap penting bagi diri mereka sendiri. Dari keseluruhan pendapat para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah bagaimana seseorang individu menghabiskan waktu dan uangnya dan menjalankan kehidupan sehari-hari dalam segala aspek mulai dari aktivitas, minat, dan opininya.

Indikator-indikator Gaya Hidup

Menurut Kotler dan Keller 2016, indikator yang digunakan untuk mengukur gaya hidup seseorang antara lain:

- a. Aktivitas : segala sesuatu yang dilakukan konsumen, produk yang dikonsumsi atau digunakan konsumen, dan aktivitas apa saja yang dilakukan konsumen untuk menghabiskan waktu luangnya.
- b. Minat : gaya hidup yang sebagai kenikmatan bertujuan untuk kegiatan apapun yang dilakukan untuk mencapai kesenangan hidup..
- c. Opini : pendapat konsumen dalam menanggapi isu global, sosial dan ekonomi. Opini bertujuan untuk menggambarkan masukan yang diterima sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi.

2. Fitur Shopee Paylater

Shopee paylater adalah layanan pembayaran yang memungkinkan pengguna membeli barang di shopee secara kredit dengan jangka waktu tertentu. Shopee paylater menggunakan sistem pembayaran yang ditunda, atau dengan membeli barang tanpa harus membayarnya langsung, namun sebagai gantinya dengan membayar tiap bulan beserta bunganya. Shopee paylater sendiri mempunyai slogan yaitu beli sekarang, bayar nanti. Sehingga pengguna akan dapat pinjaman secara instan dengan bunga yang minim dan dapat membayar dengan dicicil sebanyak 1 kali, 3kali, 6kali, maupun 12 kali. Menurut Erni Juniarti (2022) Shopee paylater adalah produk P2P Lending (Peer to Peer Lending) yang diberikan PT Lentera Dana Nusantara (LDN) yang dimana didalamnya menyediakan pinjaman untuk memudahkan peminjam dalam membeli produk tanpa perlu membayar langsung di platform *e-commerce* Shopee.

Indikator Fitur Shopee Paylater

Menurut Jurnal Universitas Bumi Gora, indikator yang digunakan untuk mengukur pengguna shopee menggunakan fitur shopee paylater antara lain :

- a. Lama Pengguna : Seberapa lama pengguna menggunakan fitur Shopee Paylater.
- b. Intensitas : Seberapa sering pengguna melakukan transaksi dengan menggunakan Shopee Paylater dalam jangka waktu tertentu.
- c. Durasi : Berapa lama waktu yang dihabiskan pengguna memanfaatkan fitur Shopee Paylater.
- d. Kemudahan dalam pengoprasian : Seberapa mudah fitur Shopee Paylater digunakan oleh pengguna.
- e. Kepuasan dengan produk : Seberapa puas pengguna terhadap fitur Shopee Paylater yang dapat memenuhi kebutuhan dalam melakukan transaksi.
- f. Desain : elemen – elemen tampilan, pengaturan, dan interaksi pada aplikasi Shopee dan Shopee Paylater.

3. Keputusan Pembelian

Menurut Yenni Arfah, Bincar Nasution, Kotler, dan Armstrong (2022) menjelaskan bahwa keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar membeli. Persaingan dalam dunia bisnis saat ini menuntut perusahaan untuk terus menemukan berbagai macam strategi dan kreatifitas dalam menjalankan bisnis (Achmad, Wijaya, 2023). Dalam menentukan pilihan produk yang akan dibeli dipengaruhi oleh berbagai faktor baik faktor internal, lingkungan sosial, situasi dan faktor lainnya dari sejak pengambilan keputusan belum dilakukan hingga pembelian telah diputuskan.

Indikator Keputusan Pembelian

Indikator Keputusan pembelian adalah faktor yang digunakan untuk mengukur seberapa kuat keinginan seseorang untuk membeli suatu produk atau jasa. Menurut Kotler dan Keller 2020 indikator keputusan pembelian antara lain :

- a. Kemantapan pada produk
- b. Kebiasaan pembeli
- c. Rekomendasi
- d. Pembelian ulang
- e. Pilihan produk
- f. Pilihan merek
- g. Pilihan tempat pembelian
- h. Waktu penilaian
- i. Jumlah pembelian
- j. Metode pembayaran.

C. PENELITIAN TERDAHULU

Peneliti berencana melakukan penelitian tentang “Faktor-faktor yang mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam memilih suatu produk. Berikut hasil dari penelitian terdahulu yang akan dijadikan sebagai bahan referensi dan perbandingan dalam penelitian ini :

Hasil Penelitian Terdahulu

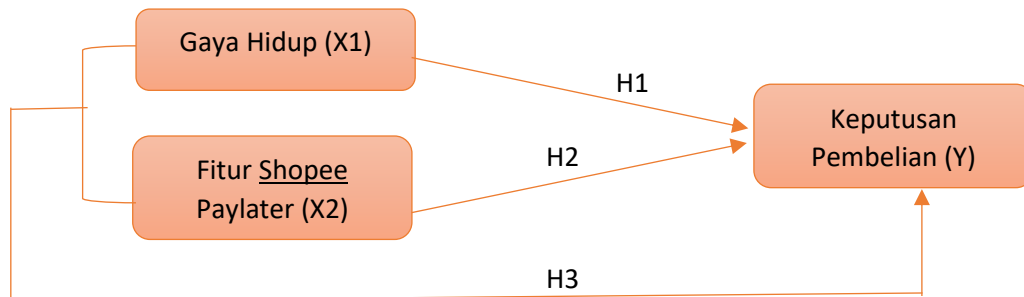
Nama	Judul	Variabel	Matode Penelitian	Hasil Penelitian
Sinta Dwi Lestari, Helmi Haris 2024	Pengaruh Sosial, Gaya Hidup, Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Melalui Shopee Paylater Pada Mahasiswa Febi UIN Raden Mas Said Surakarta	Sosial, Gaya Hidup, Dan Pengendalian Diri	Kuantitatif	Pengaruh sosial tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pembelian melalui shopee paylater pada mahasiswa Febi UIN Raden Mas Said Surakarta. Namun gaya hidup dan pengendalian diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pembelian melalui shopee pay later pada Mahasiswa FEBI UIN Raden

Nama	Judul	Variabel	Matode Penelitian	Hasil Penelitian
				Mas Sahid Surakarta.
Sodik Mutadun, Endang Tjahjaningsih 2022	Pengaruh Brand Ambassador Celebrity, Gaya Hidup dan Kepercayaan Terhadap proses Keputusan Pembelian (studi kasus marketplace shopee)	Brand ambassador celebrity, gaya hidup, kepercayaan	Kuantitatif	Celebrity brand ambassador berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keputusan pembelian, persepsi gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses Keputusan pembelian, kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian.
Rya Yulia Sari, Yesi Elsandra 2022	Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, kemudahan, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian online dimarketplace	Kepercayaan, keamanan, kemudahan, dan gaya hidup	Kuantitatif	Secara parsial kepercayaan, kemudahan, keamanan, dan gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian. Secara simultan kepercayaan, kemudahan, keamanan dan gaya hidup secara Bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan pembelian.

Nama	Judul	Variabel	Matode Penelitian	Hasil Penelitian
Aldeana Meliani, Ahmad Mulyadi Kosim, Hilman Hakiem 2021	Pengaruh Religiusitas, gaya hidup, dan harga terhadap Keputusan pembelian produk busana muslim di marketplace	Religiusitas, gaya hidup, dan harga	Kuantitatif	Religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian produk busana muslim di marketplace, namun gaya hidup dan harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian produk busana muslim di marketplace.
Rahma Gusmawati, Stefani Marina Palimbong	Pengaruh Electronic word of mouth, gaya hidup, dan kepercayaan terhadap Keputusan pembelian online melalui shopee	Electronic word of mouth, gaya hidup dan kepercayaan	Kuantitatif	Electronic of mouth tidak berpengaruh terhadap Keputusan pembelian, kepercayaan berpengaruh terhadap Keputusan pembelian. Electronic word of mouth, gaya hidup, kepercayaan, berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan pembelian pada aplikasi shopee melalui shopee pada mahasiswa fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen UKT toraja.

D. Kerangka Penelitian

Berdasarkan kajian teori, penelitian terdahulu yang relevan dan pembahasan pengaruh antarvariabel, maka berikut penelitian artikel :



Gambar 1. Kerangka Penelitian

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian adalah dugaan sementara yang diajukan oleh seorang peneliti sebagai jawaban sementara terhadap suatu permasalahan dalam penelitian yang berdasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta – fakta yang diperoleh dari pengumpulan data.

Adapun hipotesis untuk penelitian ini yaitu :

H1 : Diduga Gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian pengguna shopee di Klaten.

H2 : Diduga Fitur Shopee Paylater berpengaruh terhadap Keputusan pembelian pengguna Shopee di Klaten.

H3 : Diduga Gaya hidup dan Fitur Shopee Paylater berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pengguna Shopee di Klaten.

F. METODE PENELITIAN

1. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah pengguna Shopee di Daerah Klaten yang menggunakannya sebagai media berbelanja secara online.

b. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah Pengaruh Gaya Hidup dan fitur Shopee Paylater Terhadap Keputusan Pembelian.

2. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel penelitian adalah nilai yang berasal dari objek atau kegiatan tertentu yang memiliki ragam variasi tertentu kemudian ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010:38).

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono(2017:80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu untuk diteliti. Maka populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang tinggal di Klaten yang pernah menggunakan shopee paylater sebagai metode pembayaran berbelanja online.

Alasan saya memilih masyarakat Klaten sebagai objek penelitian karena saya melihat banyak sekali pengguna shopee yang menggunakan fitur Shopee Paylater sebagai alat pembayaran dan tidak sedikit pula yang mengalami gagal bayar dan pembayaran tagihan melebihi waktu yang telah ditentukan. Oleh karena itu saya melakukan penelitian ini untuk mengetahui apakah gaya hidup dan fitur Shopee Paylater ini menjadi salah satu yang mempengaruhi Masyarakat Klaten melakukan Keputusan pembelian menggunakan Shopee.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2017:81) Sampel adalah bagian dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Pertimbangan peneliti dalam mengambil sampel adalah sebagai berikut:

1. Tinggal di Klaten
2. Berumur 17-45 tahun
3. Pernah melakukan transaksi pembelian menggunakan Shopee Paylater minimal 1 kali.

Metode pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah *sampling purposive*. *Sampling purposive* bagian dari *non probability sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan penelitian. Rumus sampel yang digunakan untuk penelitian ini adalah rumus Hair et al yang digunakan karena populasinya tidak diketahui secara pasti. Hair et al menyarankan ukuran sampel minimal 5 sampai 10 kali variabel indikator. Sehingga indikator dalam penelitian ini yang berjumlah 16 dikali 5 ($16 \times 5 = 80$). Jadi, dengan mempertimbangkan rumus tersebut jumlah sampel yang digunakan adalah 80 responden. Sumber data primer didapatkan melalui kuisisioner *online* yang disebarluaskan kepada pengguna Shopee di Klaten menggunakan *google form*.

4. Teknik Analisis Data

Analisa data adalah mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisir data dalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, Menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat Kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (sugiyono, 2020:131). Sedangkan metode analisa data kuantitatif adalah metode komputasi dan statistik yang fokus pada analisis statistik , matematik atau numerik dari Kumpulan data. Melalui metode kuantitatif

memungkinkan untuk mengumpulkan data sampai menganalisis sejumlah besar data. Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif ini menggunakan statistik dengan bantuan SPSS dengan melakukan uji Validitas, Reabilitas, Asumsi Klasik, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, dan Koefisien Determinasi.

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan langkah yang penting dalam penelitian yang dapat memastikan hasil dari kuisioner yang digunakan akurat dan relevan. Pernyataan dalam kuisioner dapat dikatakan valid jika uji signifikan koefisien korelasi pada taraf signifikan 0,05 bila nilai r hitung > dari nilai r table.

2. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur kuisioner berdasarkan indikator dari variabel memberikan hasil yang konsisten dan dapat diandalkan. Menurut Hair et al. (2014) nilai reliabilitas yang baik harus melebihi dari 0,70, namun meskipun hasilnya 0,60 masih dapat diterima dalam beberapa situasi tertentu.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah serangkaian pengujian dalam analisis regresi yang dilakukan untuk memastikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian memenuhi syarat-syarat tertentu sehingga menghasilkan analisis yang valid dan dapat diandalkan. Berikut beberapa macam uji asumsi klasik:

- a. Uji Normalitas

Ketentuan agar data terdistribusi normal adalah nilai signifikansi > 0,05.

- b. Uji Multikolineritas

Ketentuan agar data diketahui apakah terjadi gejala multikolineritas atau tidak jika diketahui model persamaannya menunjukkan $VIF < 10$ dan nilai *tolerance* > 0,10.

- c. Uji Heterokedastisitas

Ketentuan untuk mengetahui apakah data terjadi gejala heterokedastisitas adalah dengan uji glejser yang menghasilkan nilai signifikansi seluruh variabel bebas > 0,05.

4. Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda adalah alat yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara beberapa variabel independent dan satu variabel dependen. Ketentuan untuk mengetahui hasil dari uji regresi linier berganda jika nilai konstanta dan nilai masing-masing variabel positif maka variabel tersebut berpengaruh positif terhadap variabel dependen.

5. Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas (gaya hidup dan shopee paylater) mempunyai pengaruh signifikan atau tidaknya secara parsial terhadap variabel terikat (Keputusan Pembelian) dengan menggunakan ketentuan nilai signifikan masing – masing variabel < 0,05.

6. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah data penelitian yang digunakan mempunyai pengaruh atau tidaknya variabel bebas (gaya hidup dan fitur shopee paylater) signifikan secara simultan terhadap variabel terikat (Keputusan pembelian) dengan ketentuan nilai signifikan $< 0,05$.

7. Uji Koefisien determinasi

Uji koefisien determinasi dilakukan bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan variabel independent dapat menjelaskan variabel dependen. Ketentuannya dengan melihat hasil Adjust R Square, maka besaran itulah yang mempengaruhi variabel dependen, sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

Hasil uji validitas dapat dilihat pada table berikut :

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Gaya Hidup			
1. Aktivitas	0,406	0,22	Valid
2. Minat	0,800	0,22	Valid
3. Opini	0,382	0,22	Valid
Fitur Shopee Paylater			
1. Lama Penggunaan	0,341	0,22	Valid
2. Intensitas	0,488	0,22	Valid
3. Durasi	0,481	0,22	Valid
4. Kemudahan pengoprasian	0,426	0,22	Valid
5. Kepuasan dengan produk	0,502	0,22	Valid
6. Desain	0,443	0,22	Valid
Keputusan Pembelian			
1. Pilihan produk	0,555	0,22	Valid
2. Rekomendasi	0,451	0,22	Valid
3. Pilihan merek	0,44	0,22	Valid
4. Pilihan saluran distribusi	0,611	0,22	Valid
5. Waktu penilaian	0,429	0,22	Valid
6. Jumlah pembelian	0,431	0,22	Valid
7. Metode pembayaran	0,484	0,22	Valid

Berdasarkan table diatas, bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan dalam kuisisioner pada variabel gaya hidup, fitur shopee paylater, dan keputusan pembelian dinyatakan valid dengan ketentuan nilai r hitung $> 0,220$.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
0,748	16

Berdasarkan table diatas, diketahui bahwa seluruh item pada variabel gaya hidup, fitur shopee paylater, dan Keputusan pembelian memiliki nilai Cronbach's Alpha $0,748 > 0,700$ maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut reliabel.

3. Asumsi Klasik

Ujir Normalitas

Menurut para ahli Ghozali, Gujarat Sugiyono, dan Hair et al. yang sepakat bahwa uji normalitas merupakan langkah penting dalam melakukan analisis statistic untuk memastikan validitas hasil. Ketentuan agar data dapat dikatakan normal jika nilai signifikansinya $> 0,05$.

Tabel 3. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}

Berdasarkan table diatas, dapat diketahui bahwa nilai signifikanji menunjukkan nilai sebesar 0,200 yang Dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa data penelitian terdistribusi normal.

Table 4. Hasil Uji Multikoloneritas

	Variabel	Collinearity Statistics
Gaya Hidup(X1)	.913	1.095
Fitur Shopee Paylater (X2)	.913	1.095

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa semua model persamaan menjukkan nilai $VIF < 10$ dan nilai Tolerance $> 0,10$ sehingga dapat dikatakan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini bebas dari gejala multikolineritas.

Table 5. Hasil Uji Heterokedastisitas

Model	Sig.
Gaya Hidup (X1)	.226
Fitur Shopee Paylater (X2)	.801

Dari data diatas dapat diketahui bahwa uji heterokedastisitas dengan uji glejser menghasilkan nilai signifikansi seluruh variabel bebas $> 0,05$, yang dapat disimpulkan bawah data yang digunakan dalam penelitian ini bebas dari gejala heterokedastisitas.

4. Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 5. Hasil uji regresi linier berganda

Model	Unstandardized Coefficients
	B
(Constant)	9.938
Gaya Hidup(X1)	.445
Fitur Shopee Paylater(X2)	.459

Berdasarkan table diatas dapat diketahui bahwa nilai konstanta sebesar 9,938 sehingga persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 9,935 + 0,445 X_1 + 0,459 X_2 + e$$

Sehingga nilai

1. 0,445 (X1) merupakan nilai koefisien regresi variabel X1 Terhadap Y, yang memiliki arti jika variabel X1 mengalami peningkatan maka Y juga meningkat.
2. 0,459 (X2) merupakan nilai koefisien regresi X2 yang memiliki arti jika variabel X2 meningkat, maka Y juga akan meningkat.

5. Uji T

Tabel 6. Hasil Uji T

Coefficients ^a		
Model	t	Sig.
(Constant)	3.690	.000
Gaya Hidup(X1)	2.150	.035
Fitur Shopee Paylater(X2)	4.088	.000

Berdasarkan table diatas dapat diketahui hasil perhitungan analisis uji t adalah

- 1) Nilai Sig. untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah $0,035 < 0,05$ sehingga dapat diartikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga variabel Gaya Hidup (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan pembelian.
- 2) Nila Sig. untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah $0,00 < 0,05$ yang diartikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga variabel Fitur Shopee Paylater (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

6. Uji F

Table 7. Hasil Uji F

ANOVA ^a		
Model	F	Sig.
Regression	14.511	.000 ^b

Berdasarkan table diatas, dapat diketahui hasil uji perhitungan analisis uji f memiliki nilai signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat diartikan bahwa H_0 ditolak H_a diterima sehingga kesimpulannya bahwa variabel Gaya Hidup (X1) dan Fitur

Shopee Paylater (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

**Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b**

Model	Adjusted R Square
1	.255

Menurut table diatas, diketahui nilai Adjusted R Square sebesar 0,225 (22,5%), sehingga dapat disimpulkan bahwa besarnya keragaman pada Keputusan pembelian dipengaruhi oleh gaya hidup dan fitur shopee paylater sejumlah 22,5% dan 77,5% terpengaruh oleh variabel lainnya diluar model penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa :

- 1) Gaya Hidup berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan pembelian pengguna Shopee di daerah Klaten. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan 0,035 yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Responden berusia 22-27 tahun merupakan usia paling banyak pada penelitian ini. Pada usia tersebut saat Dimana seseorang memiliki emosional yang tidak stabil dan cenderung labil sehingga faktor tersebut dapat mempengaruhi gaya hidup seseorang. Semakin besar gaya hidup maka akan semakin tinggi pula Keputusan pembelian pengguna Shopee di daerah Klaten.
- 2) Fitur Shopee Paylater berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan pembelian pengguna Shopee di daerah Klaten. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan 0,000 yang berarti H_0 ditolak, dan H_a diterima. Dengan memiliki gaya hidup yang tinggi dengan pendapatan minimum di daerah Klaten masih cenderung rendah dan pada umur 22-27 tahun banyak yang masih kuliah yang belum memiliki pendapatan sendiri sehingga untuk memenuhi gaya hidup masyarakat di Klaten cenderung kurang. Sehingga dengan adanya Fitur shopee paylater meningkatkan keputusan pembelian pengguna Shopee di daerah Klaten.
- 3) Gaya Hidup dan Fitur Shopee Paylater berpengaruh secara simultan signifikan terhadap keputusan pembelian pengguna shopee di daerah Klaten. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,000 yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Gaya hidup mencerminkan pola konsumsi seseorang yang mendorong belanja online leboh sering, terutama dengan kemudahan pembayaran fitur Shopee Paylater.

Saran

Menurut hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan peneliti, maka dapat disarankan sebagai berikut:

1. Untuk pengguna shopee agar dapat menggunakan fitur shopee paylater lebih bijak dengan mempertimbangkan kemampuan finansial. Selain itu juga penting untuk mengvaluasi gaya hidup terutama perilaku konsumtif yang dapat mendorong Keputusan pembelian yang tak terencana. Sehingga kita dapat terhindar dari ketergantungan pada shopee paylater dan gaya hidup yang tinggi yang dapat menimbulkan kasus gagal bayar.
2. Sedangkan untuk peneliti selanjutnya agar dapat melakukan pengembangan variabel penelitian dengan menambah variabel lain yang memungkinkan dapat mempengaruhi Keputusan pembelian pengguna Shopee seperti pendapatan, persepsi resiko atau pengaruh sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, A. D., & Srihandayani, C. M. (2021). Pengaruh gaya hidup, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pakaian bekas import di Tempat Biasa Thrift Store Surabaya. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 2(1), 194-207.
- Brilianaza, E., & Sudrajat, A. (2022). Gaya Hidup Remaja Shopaholic dalam Trend Belanja Online di Shopee. *JSSH (Jurnal Sains Sosial Dan Humaniora)*, 6(1), 45-54.
- Dewi, A. R. K., & Mahargiono, P. B. (2022). Pengaruh gaya hidup, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pakaian bekas di thrift shop not bad secondhand. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(2).
- Ekonomi. (2022, November 12). Retrieved from tirta.id:
<https://www.matain.id/article/10006/2022/1102/riset-mayoritas-menggunakan-paylater-2-5-kali-per-bulan.html>
- Erdawati, E. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Iklan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Shopee. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(3), 365-371.
- Nabilah Muhamad. (2024, Juli 04). Retrieved from databoks:
<https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/66b5d6e18dff3/milenial-dan-gen-z-mendominasi-pengguna-paylater-di-indonesia>
- Meliani, A., Kosim, A. M., & Hakiem, H. (2021). Pengaruh religiusitas, gaya hidup, dan harga terhadap keputusan pembelian produk busana Muslim di marketplace. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(3), 174-186.
- Minarti, M. S. (2020). *Pengaruh gaya hidup, promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada toko online shopee* (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).
- Mutadun, S., & Tjahjaningsih, E. (2022). Pengaruh brand ambassador celebrity, gaya hidup dan kepercayaan terhadap proses keputusan pembelian (Studi Kasus Market Place Shopee). *Economics and Digital Business Review*, 3(2), 123-130.
- Rahima, P., & Cahyadi, I. (2022). Pengaruh Fitur Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram. *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, 4(1), 39-50.

- Rahmani, S., Mukhsin, M., & Fakhrudin, M. (2023). Pengaruh Religiositas, Prinsip Konsumsi, dan Gaya Hidup Islami Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Paylater. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 6(1), 32-43.
- Riswandi, D. (2019). Transaksi On-Line (E-Commerce) : Peluang dan Tantangan Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Econetica*, 1(1), 15–38.
- Safariyant, O. D. S., & Santoso, A. (2023). PENGARUH SHOPEE PAYLATER, PROMOSI PENJUALAN, DAN GAYA HIDUP HEDONISME TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA UNIVERSITAS TEKNOLOGI SUMBAWA. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 58-62.
- Sari, R. Y., & Elsandra, Y. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kemudahan, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Market Place. *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya*, 1(1), 106-117.
- Tammu, R. G., & Palimbong, S. M. (2022). Pengaruh electronic word of mouth, gaya hidup dan kepercayaan terhadap keputusan pembeli online melalui shopee. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 433-438.

LAMPIRAN

Hasil Kuisisioner

1. Hasil kuisisioner Gaya Hidup

No	x1.1	x1.2	x1.3
1	4	4	4
2	3	4	4
3	4	4	4
4	3	3	3
5	3	4	4
6	4	4	4
7	4	3	3
8	4	4	4
9	3	4	3
10	3	3	4
11	4	4	3
12	3	4	4
13	3	3	3
14	4	3	3
15	4	4	4
16	4	4	3
17	3	3	3
18	3	3	3
19	3	3	3
20	3	4	4
21	4	3	3
22	3	3	3
23	4	4	3
24	3	4	4
25	3	4	4
26	4	3	4
27	4	4	3
28	3	4	4
29	3	3	3
30	4	4	4
31	4	3	3
32	3	3	4
33	3	3	4
34	3	4	4
35	4	3	3
36	3	4	4
37	4	4	4

No	x1.1	x1.2	x1.3
38	3	3	3
39	3	3	4
40	4	4	4
41	4	4	3
42	4	3	4
43	3	4	3
44	4	4	4
45	4	4	4
46	3	3	3
47	4	3	3
48	3	4	4
49	3	3	3
50	4	3	3
51	3	4	4
52	4	3	3
53	3	3	3
54	4	3	3
55	4	3	4
56	3	3	3
57	4	3	4
58	4	4	3
59	4	4	3
60	4	4	4
61	4	4	3
62	3	4	4
63	4	3	3
64	4	3	3
65	3	3	3
66	4	3	3
67	4	4	3
68	4	4	3
69	4	3	3
70	4	3	4
71	3	3	4
72	4	4	4
73	4	3	3
74	4	3	4
75	4	4	4
76	4	3	4
77	3	3	4
78	4	4	3
79	4	4	4
80	4	3	3

2. Hasil Kuisisioner Fitur Shopee Paylater

No	x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6
1	4	4	4	3	3	3
2	4	3	3	3	3	3
3	3	3	4	3	3	3
4	4	4	4	3	4	3
5	3	3	3	3	3	3
6	4	4	4	4	3	3
7	4	4	4	3	3	3
8	4	4	4	3	3	3
9	3	3	3	3	3	3
10	3	3	3	3	3	4
11	4	4	4	3	3	3
12	3	3	4	3	3	3
13	3	3	3	3	3	3
14	4	4	4	3	3	3
15	4	4	3	3	3	3
16	4	4	4	4	4	4
17	3	3	3	3	3	3
18	3	3	3	3	4	4
19	3	3	3	3	4	4
20	4	4	4	3	4	4
21	3	4	3	3	3	3
22	4	3	3	3	3	3
23	4	4	4	3	3	3
24	4	4	4	4	4	4
25	3	4	4	4	4	4
26	3	4	3	4	3	3
27	3	3	3	3	3	3
28	4	4	4	3	3	3
29	3	3	3	3	3	3
30	4	3	4	3	3	3
31	4	4	4	3	3	3
32	3	3	3	3	3	4
33	3	4	4	3	3	3
34	4	4	4	3	3	3
35	4	4	4	4	4	3
36	3	4	4	4	3	3
37	4	4	4	4	4	4
38	4	4	4	3	3	3
39	3	3	3	3	3	3
40	3	4	4	3	4	3
41	4	4	3	3	3	3

No	x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6
42	3	3	3	4	3	3
43	3	3	3	3	4	3
44	4	4	3	4	3	3
45	4	3	4	3	4	3
46	4	4	4	3	3	3
47	4	3	3	4	4	3
48	4	4	4	3	4	3
49	3	3	3	4	3	3
50	4	3	3	3	4	4
51	3	3	3	4	4	3
52	4	4	3	4	3	3
53	4	4	3	4	4	4
54	3	3	3	4	3	3
55	4	2	4	4	4	4
56	3	3	3	3	4	3
57	4	3	3	4	4	3
58	4	4	3	4	4	4
59	4	3	3	3	4	3
60	3	4	2	4	4	3
61	4	3	4	4	3	3
62	4	3	3	4	4	4
63	3	3	4	4	4	3
64	4	3	3	4	3	3
65	3	3	3	4	4	3
66	4	3	3	3	4	3
67	3	3	3	3	4	3
68	4	4	4	4	4	4
69	3	3	3	3	4	3
70	4	3	3	3	4	3
71	3	3	3	3	4	4
72	4	3	3	4	4	4
73	4	4	4	4	4	4
74	3	3	4	4	3	4
75	4	4	4	4	4	4
76	4	4	4	4	3	4
77	4	4	4	4	4	4
78	4	4	4	4	4	4
79	4	4	4	4	4	4
80	4	4	4	4	4	4

3. Hasil Kuisioner Keputusan Pembelian

No	y1.1	y1.2	y1.3	y1.4	y1.5	y1.6	y1.7
1	4	4	4	4	4	4	3
2	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	4	4	4
5	4	3	3	3	4	3	3
6	3	3	3	3	3	4	3
7	3	3	3	3	4	3	3
8	4	3	3	4	3	4	4
9	4	3	3	4	4	3	3
10	3	4	4	4	3	3	4
11	4	4	4	4	4	4	4
12	4	3	3	3	3	3	3
13	3	3	3	3	3	3	3
14	3	3	3	3	3	4	3
15	4	3	3	3	3	4	3
16	3	3	3	3	3	3	3
17	3	3	3	4	3	3	3
18	3	4	4	4	4	3	4
19	3	4	4	4	3	3	4
20	4	3	3	4	4	3	4
21	3	3	3	3	4	4	3
22	3	3	3	3	3	3	3
23	3	4	3	3	3	3	3
24	4	4	4	4	4	4	4
25	3	4	4	4	4	3	4
26	3	3	3	4	3	4	4
27	3	3	3	4	3	3	3
28	4	3	3	4	4	4	3
29	3	3	3	3	3	3	3
30	3	4	4	4	3	3	3
31	4	4	3	4	4	4	3
32	3	3	4	3	4	4	3
33	3	3	3	3	4	3	3
34	3	4	3	3	3	3	3
35	4	3	3	3	4	4	3
36	4	4	3	4	3	3	3
37	4	4	4	4	4	4	4
38	4	3	3	3	3	3	3
39	3	3	3	3	3	3	3
40	4	4	3	3	3	4	3
41	4	4	4	4	4	3	4
42	4	3	3	3	4	4	4
43	3	3	3	3	3	4	3

No	y1.1	y1.2	y1.3	y1.4	y1.5	y1.6	y1.7
44	4	4	4	4	3	4	3
45	4	4	4	4	4	4	4
46	4	3	4	4	3	3	3
47	4	3	3	4	3	4	3
48	2	3	3	4	3	4	3
49	4	3	3	4	3	3	3
50	3	3	3	3	4	3	3
51	3	4	3	3	3	3	3
52	3	4	4	4	3	3	3
53	3	4	4	4	3	3	3
54	3	4	4	3	3	3	3
55	4	3	4	3	3	3	4
56	3	3	3	4	4	3	4
57	4	4	4	4	3	3	3
58	4	3	4	4	4	4	3
59	3	3	4	3	4	3	3
60	4	4	4	4	3	4	4
61	3	3	4	3	3	3	3
62	4	4	4	4	3	4	4
63	3	4	3	4	3	3	3
64	4	4	3	3	3	3	3
65	4	4	4	3	4	3	3
66	4	4	3	4	3	3	3
67	4	4	4	3	4	3	3
68	4	4	4	4	4	4	2
69	4	3	4	4	4	4	3
70	3	4	4	3	3	3	4
71	3	3	3	3	4	4	4
72	4	4	4	3	4	4	4
73	4	3	4	3	4	4	4
74	4	4	4	3	4	4	4
75	3	3	4	4	4	4	4
76	3	4	4	4	4	4	3
77	3	4	4	4	4	3	4
78	4	4	4	4	3	2	4
79	4	3	4	4	4	4	3
80	4	4	4	3	4	4	4

Pernyataan Kuisioner

Gaya Hidup

1. Saya menghabiskan waktu luang untuk berbelanja dan mengkonsumsi produk-produk di Shopee.
2. Saya suka berpenampilan dengan mengikuti gaya yang sedang trend/viral.
3. Menurut saya, saya harus mengikuti trend saat ini agar tidak ketinggalan zaman.

Fitur Shopee Paylater

1. Saya menggunakan fitur shopee paylater lebih dari 3 bulan.
2. Saya sering bertransaksi menggunakan metode pembayaran shopee paylater.
3. Saya menggunakan shopee paylater dengan cicilan 3 bulan.
4. Petunjuk dan pendaftaran akun mudah dipelajari pengguna shopee paylater.
5. Saya percaya shopee paylater memberikan pelayanan terbaik untuk kepuasan pengguna.
6. Tampilan shopee paylater yang minimalis dan mudah dinavigasi memudahkan saya menemukan fitur yang saya butuhkan dalam waktu yang cepat.

Keputusan Pembelian

1. Saya melakukan pembelian produk di shopee yang sedang trend.
2. Saya melakukan pembelian karena direkomendasikan orang sekitar atau dari influencer.
3. Saya membeli produk dengan merek yang memiliki kualitas terbaik?
4. Saya melakukan pembelian produk terdapat voucher gratis ongkir dan diskon.
5. Saya membutuhkan waktu yang lama untuk mempertimbangkan produk yang akan saya beli.
6. Saya senang dengan pembelian saya dengan metode pembayaran shopee paylater dan mungkin saya akan melakukan pembelian ulang.
7. Saya melakukan pembelian menggunakan shopee karena shopee menyediakan metode pembayaran shopee paylater, sehingga saya tidak perlu menyiapkan uang diawal.