



Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater di Kalangan Gen Z di Kota Tanjungpinang

Reza Ariyanto¹, Catri Jintar², Siti Arita Novia³

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim,
Universitas Maritim Raja Ali Haji, Kota Tanjungpinang^{1,2,3}

*Email : ezaarynto29@gmail.com

Diterima: 08-07-2026 | Disetujui: 14-07-2026 | Diterbitkan: 16-07-2026

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of Ease of Use and Lifestyle on the consumption behaviour of Shopee PayLater users among Gen Z in Tanjungpinang City. The research design is explanatory quantitative, with sampling conducted using purposive sampling (96 respondents). Primary data were collected through a Likert-scale questionnaire, supplemented by secondary data from the literature; all data were analysed using SPSS version 27. The data analysis stages included instrument validity testing, testing of classical assumptions, multiple linear regression analysis, t-tests, F-tests, and the Coefficient of Determination (R^2). The results of the study indicate that the variables Ease of Use (X_1) and Lifestyle (X_2) jointly have a positive and significant effect on Consumption Behaviour (Y). This is evidenced by a calculated F-value of 22.185, which is greater than the critical F-value (3.09), as well as a p-value of <0.001 , which is less than 0.05. Ease of Use and Lifestyle together drive the consumer behaviour of Shopee PayLater users. Ease of use makes users feel that transactions are more practical and convenient, while Gen Z's lifestyle which is closely tied to trends, promotions, and popular products further strengthens the urge to shop. Based on these results, Gen Z is advised to manage their finances more wisely, while Shopee is encouraged to improve transparency and financial education. Future research is recommended to include additional variables such as self-control and financial literacy.

Keywords: Perceived Ease of Use; Lifestyle; Consumptive Behavior; Shopee PayLater; Gen Z.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif pengguna Shopee PayLater pada kalangan Gen Z di Kota Tanjungpinang. Desain penelitian ini adalah kuantitatif eksplanatori, Pengambilan sampel melalui teknik *purposive sampling* (96 responden). Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner berskala Likert yang didukung oleh data sekunder dari studi literatur, seluruh data diolah menggunakan perangkat lunak SPSS versi 27. Tahapan analisis data mencakup uji kualitas instrumen, pengujian asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan Koefisien Determinasi (R^2). Hasil penelitian, variabel Kemudahan Penggunaan (X_1) dan Gaya Hidup (X_2) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Dibuktikan dengan nilai F_{hitung} sebesar 22,185, lebih besar dari F_{tabel} (3,09), serta nilai signifikansi sebesar $<0,001$, yang lebih kecil dari 0,05. Kemudahan penggunaan dan gaya hidup secara bersama-sama mampu mendorong perilaku konsumtif pengguna Shopee PayLater. Kemudahan penggunaan membuat pengguna merasa lebih praktis dan nyaman dalam bertransaksi, sedangkan gaya hidup Gen Z yang dekat dengan tren, promosi, dan produk populer semakin memperkuat dorongan untuk berbelanja.

Berdasarkan hasil tersebut, Gen Z disarankan lebih bijak mengelola keuangan, sementara pihak Shopee diharapkan meningkatkan transparansi dan edukasi keuangan. Penelitian selanjutnya disarankan menambah variabel lain seperti kontrol diri dan literasi keuangan.

Kata Kunci: Kemudahan Penggunaan; Gaya Hidup; Perilaku Konsumtif; Shopee PayLater; Gen Z.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Ariyanto, R., Jintar, C. ., & Novia, S. A. . (2026). Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater di Kalangan Gen Z di Kota Tanjungpinang. Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi, 2(3), 5088-5098. <https://doi.org/10.63822/4p1m3a05>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah memberikan dampak yang luas terhadap berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam sistem transaksi keuangan. Kemajuan tersebut mendorong lahirnya berbagai inovasi di bidang financial technology (fintech) yang dirancang untuk mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi secara lebih cepat, praktis, dan efisien. Salah satu inovasi fintech yang mengalami pertumbuhan pesat dalam beberapa tahun terakhir adalah layanan Buy Now Pay Later (BNPL) atau yang lebih dikenal dengan istilah paylater. Layanan ini memungkinkan konsumen memperoleh barang atau jasa terlebih dahulu, sementara pembayaran dilakukan pada waktu yang telah ditentukan sesuai dengan ketentuan penyedia layanan. Dalam mekanisme tersebut, penyedia layanan akan terlebih dahulu menyelesaikan pembayaran kepada penjual, kemudian pengguna berkewajiban melunasi tagihan sesuai jangka waktu yang telah disepakati. Kehadiran paylater menjadi alternatif pembiayaan bagi masyarakat yang membutuhkan fleksibilitas pembayaran ketika menghadapi keterbatasan dana pada saat melakukan transaksi.

Fenomena meningkatnya penggunaan layanan paylater juga tidak terlepas dari tingginya pemanfaatan teknologi digital di kalangan generasi muda, yaitu Gen Z. Generasi muda yang dimaksud yaitu individu yang berusia 14 – 29 tahun. Generasi ini sering disebut sebagai zoomers karena sejak lahir telah hidup berdampingan dengan perkembangan teknologi digital dan internet yang berlangsung sangat cepat. Kondisi tersebut membuat Gen z memiliki kemampuan beradaptasi yang tinggi terhadap berbagai inovasi teknologi serta menjadikan internet sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari aktivitas sehari-hari.

Seiring meningkatnya penggunaan layanan paylater, berbagai platform e-commerce mulai menyediakan fitur tersebut sebagai salah satu alternatif metode pembayaran. Salah satu platform yang menawarkan layanan tersebut adalah Shopee, yang merupakan salah satu e-commerce dengan jumlah pengguna terbesar di Indonesia. Popularitas Shopee didukung oleh berbagai kemudahan yang ditawarkan, seperti beragam pilihan produk, promosi yang menarik, antarmuka aplikasi yang mudah digunakan, serta integrasi layanan Shopee PayLater sebagai metode pembayaran digital. Fitur *paylater* pada Shopee memungkinkan pengguna untuk melakukan aktivasi layanan dengan proses yang relatif cepat dan sederhana tanpa memerlukan prosedur yang kompleks seperti pengajuan kartu kredit. Adanya kemudahan baik secara registrasi hingga proses transaksi, menyebabkan para pengguna terlena dalam menggunakannya (Panjalu & Mirati, 2022). Kemudahan akses, proses transaksi yang cepat, serta tidak diperlukannya kepemilikan kartu kredit menjadi beberapa faktor utama yang mendorong meningkatnya minat masyarakat, khususnya Gen z, dalam menggunakan layanan paylater (Azizah, 2024).

Sejumlah penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan memiliki keterkaitan dengan perilaku konsumtif. Penelitian yang dilakukan oleh Arya (2022) menemukan bahwa kemudahan penggunaan Shopee PayLater berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, yang menunjukkan bahwa semakin mudah suatu layanan digunakan, semakin tinggi kecenderungan pengguna untuk memanfaatkannya dalam aktivitas konsumsi. Meskipun demikian, sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak membahas pengaruh kemudahan penggunaan atau layanan paylater secara terpisah, maupun mengkaji perilaku konsumtif pada konteks yang berbeda. Penelitian yang secara khusus menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee PayLater pada kalangan gen z di Kota Tanjungpinang masih relatif terbatas. Oleh karena

itu, kondisi tersebut menjadi kesenjangan penelitian (research gap) yang mendasari pentingnya penelitian ini untuk dilakukan.

Urgensi penelitian ini juga diperkuat oleh hasil pra-survei yang dilakukan peneliti, yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden Gen z di Kota Tanjungpinang telah menggunakan Shopee PayLater sebagai salah satu metode pembayaran dalam bertransaksi. Selain menilai layanan tersebut mudah digunakan, mayoritas responden juga mengaku memanfaatkan Shopee PayLater untuk menunjang gaya hidup dan memenuhi berbagai kebutuhan konsumsi. Temuan awal tersebut mengindikasikan bahwa Shopee PayLater tidak hanya dipandang sebagai alternatif pembayaran yang praktis dan fleksibel, tetapi juga berpotensi mendorong peningkatan perilaku konsumtif apabila pengguna tidak memiliki pengendalian diri yang baik dalam mengelola pengeluaran. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan ilmu manajemen pemasaran dan perilaku konsumen, khususnya terkait penggunaan *fintech* dan *e-commerce*. Secara praktis, penelitian ini diharapkan menjadi sumber informasi bagi perusahaan *e-commerce*, khususnya Shopee, dalam memahami perilaku konsumen generasi muda, serta sebagai bahan pertimbangan bagi gen z agar lebih bijak dalam menggunakan layanan *paylater*.

Bagi pengguna layanan PayLater, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis sebagai sumber literasi keuangan digital bagi gen z, khususnya dalam penggunaan fitur Shopee PayLater. Dengan memahami bagaimana kemudahan penggunaan dan gaya hidup dapat memengaruhi perilaku konsumtif, gen z diharapkan mampu meningkatkan kesadaran dalam mengelola keuangan secara lebih bijak. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan dasar pengembangan penelitian selanjutnya, baik dari sisi variabel, metode, maupun objek penelitian. Peneliti lain dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai pembandingan (*benchmark*) untuk menguji variabel serupa di wilayah yang berbeda, atau menambahkan variabel lain seperti literasi keuangan, kontrol diri, maupun pengaruh sosial. Selain itu, penelitian ini juga membuka peluang untuk eksplorasi lebih lanjut terkait fenomena *paylater* yang terus berkembang, sehingga dapat mendorong lahirnya penelitian yang lebih komprehensif dan inovatif. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berhenti sebagai kajian deskriptif, tetapi juga menjadi landasan untuk penelitian lanjutan yang lebih luas dan mendalam, baik secara regional maupun nasional.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif eksplanatori yang bertujuan untuk menguji pengaruh Kemudahan Penggunaan (X1) dan Gaya Hidup (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) pengguna Shopee PayLater pada kalangan Gen Z di Kota Tanjungpinang. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling* terhadap minimal 96 responden dengan kriteria spesifik, yakni berusia 15-29 tahun, berdomisili di Tanjungpinang atau sekitarnya, serta memiliki riwayat penggunaan layanan tersebut minimal dalam 3 bulan terakhir. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner berskala Likert yang didukung oleh data sekunder dari studi literatur, kemudian seluruh data diolah secara statistik menggunakan perangkat lunak SPSS versi 27. Tahapan analisis data mencakup uji kualitas instrument, pengujian asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t (parsial), uji F (simultan), dan Koefisien Determinasi (R^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Statistik Deskriptif

Tabel 1 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kemudahan Penggunaan	96	11.00	20.00	17.3437	1.98324
Gaya Hidup	96	9.00	30.00	25.5000	3.37483
Perilaku Konsumtif	96	6.00	20.00	16.0625	2.84258
Valid N (listwise)	96				

Sumber: Data diolah peneliti, (2026)

Hasil uji statistik deskriptif terhadap tiga variabel dalam penelitian ini, yaitu Kemudahan Penggunaan (X1), Gaya Hidup (X2), dan Perilaku Konsumtif (Y). Pada variabel Kemudahan Penggunaan (X1), diperoleh nilai minimum sebesar 11,00 dan maksimum sebesar 20,00, dengan nilai rata-rata 17,3437 serta standar deviasi 1,98324. Nilai rata-rata yang mendekati skor maksimum menunjukkan bahwa responden cenderung menilai Shopee PayLater sebagai layanan yang mudah digunakan. Standar deviasi yang relatif kecil juga menunjukkan bahwa jawaban responden pada variabel ini cukup konsisten. Pada variabel Gaya Hidup (X2), diperoleh nilai minimum sebesar 9,00 dan maksimum sebesar 30,00, dengan nilai rata-rata 25,5000 serta standar deviasi 3,37483. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup Gen Z di Kota Tanjungpinang cenderung tinggi, terutama berkaitan dengan penggunaan media sosial, ketertarikan terhadap tren, produk populer, serta perhatian terhadap penampilan dan gaya hidup modern. Nilai standar deviasi tersebut menunjukkan bahwa penyebaran jawaban responden masih berada dalam kategori wajar.

Sementara itu, variabel Perilaku Konsumtif (Y) memiliki nilai minimum sebesar 6,00 dan maksimum sebesar 20,00, dengan nilai rata-rata 16,0625 serta standar deviasi 2,84258. Nilai rata-rata yang cukup tinggi menunjukkan bahwa perilaku konsumtif pengguna Shopee PayLater di kalangan Gen Z di Kota Tanjungpinang juga cenderung tinggi. Hal ini terlihat dari kecenderungan responden dalam melakukan pembelian karena promosi, kepuasan berbelanja, maupun pembelian yang tidak selalu didasarkan pada kebutuhan utama. Secara keseluruhan, hasil statistik deskriptif menunjukkan bahwa ketiga variabel memiliki nilai rata-rata yang relatif tinggi, sehingga memberikan gambaran bahwa responden memiliki penilaian positif terhadap kemudahan penggunaan, gaya hidup, dan perilaku konsumtif dalam penggunaan Shopee PayLater.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 2 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.295	2.317		.559	.577
Kemudahan Penggunaan	.343	.141	.239	2.438	.017
Gaya Hidup	.346	.083	.410	4.181	<.001

Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Nilai konstanta sebesar 1,295 menunjukkan bahwa apabila variabel independen, yaitu Kemudahan Penggunaan (X1) dan Gaya Hidup (X2) bernilai nol atau tidak mengalami perubahan, maka nilai Perilaku Konsumtif (Y) diperkirakan sebesar 1,295. Artinya, tanpa adanya pengaruh dari kemudahan penggunaan dan gaya hidup, masih terdapat nilai dasar perilaku konsumtif pada pengguna Shopee PayLater di kalangan Gen Z di Kota Tanjungpinang. Dan nilai koefisien regresi variabel Kemudahan Penggunaan (X1) adalah sebesar 0,343 dan bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan Kemudahan Penggunaan sebesar 1 satuan, maka Perilaku Konsumtif akan meningkat sebesar 0,343 satuan, dengan asumsi variabel Gaya Hidup tetap atau konstan. Nilai signifikansi variabel Kemudahan Penggunaan adalah sebesar 0,017. Karena nilai tersebut lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Kemudahan Penggunaan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Artinya, semakin mudah Shopee PayLater digunakan, baik dari segi aktivasi, transaksi, informasi tagihan, maupun pembayaran, maka semakin tinggi kecenderungan perilaku konsumtif pengguna Shopee PayLater.

Adapun nilai koefisien regresi variabel Gaya Hidup (X2) adalah sebesar 0,346 dan bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan Gaya Hidup sebesar 1 satuan, maka Perilaku Konsumtif akan meningkat sebesar 0,346 satuan, dengan asumsi variabel Kemudahan Penggunaan tetap atau konstan. Nilai signifikansi variabel Gaya Hidup adalah sebesar <0,001. Nilai tersebut berarti lebih kecil dari 0,001 dan juga lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Artinya, semakin tinggi gaya hidup Gen Z, seperti aktif menggunakan media sosial, mengikuti tren, tertarik pada produk populer, dan memperhatikan penampilan, maka semakin tinggi pula kecenderungan perilaku konsumtif dalam menggunakan Shopee PayLater.

Uji t

Dalam penelitian ini, jumlah sampel sebanyak 96 responden dan terdapat 2 variabel independen, sehingga derajat kebebasan (df) adalah $96 - 2 - 1 = 93$. Dengan tingkat signifikansi 5%, maka nilai t_{tabel} sebesar 1.986. Pengambilan keputusan dalam uji-t dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} serta memperhatikan nilai signifikansinya.

Tabel 3 Hasil Uji Parsial (Uji-t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.295	2.317		.559	.559
	Kemudahan Penggunaan	.343	.141	.239	2.438	.017
	Gaya Hidup	.346	.083	.410	4.181	<.001

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Data diolah peneliti, (2026)

Berdasarkan hasil uji-t, diketahui bahwa variabel Kemudahan Penggunaan (X₁) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,017. Nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 atau $0,017 < 0,05$. Selain itu, nilai t hitung

sebesar 2,438 lebih besar dari t tabel sebesar 1,986. Maka dalam hal ini, H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Kemudahan Penggunaan (X_1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y) pengguna Shopee PayLater di kalangan Gen Z di Kota Tanjungpinang. Hasil variabel Gaya Hidup (X_2) memiliki nilai signifikansi sebesar $<,001$. Nilai tersebut berarti lebih kecil dari 0,001, sehingga juga lebih kecil dari 0,05. Selain itu, nilai t hitung sebesar 4,181 lebih besar dari t tabel sebesar 1,986. Maka dalam hal ini, H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Gaya Hidup (X_2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y) pengguna Shopee PayLater di kalangan Gen Z di Kota Tanjungpinang.

Uji F

Tabel 4 Hasil Uji Simultan (Uji-F)

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	247.942	2	123.971	22.185	<.001 ^b
	Residual	519.683	93	5.588		
	Total	767.625	95			
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif						
b. Predictors: (Constant), Kemudahan Penggunaan, Gaya Hidup.						

Sumber: Data diolah peneliti, (2026)

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} , serta melihat nilai signifikansi (Sig.) pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Berdasarkan hasil uji t, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 22,185 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, sedangkan F_{tabel} pada $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan (df) = ($k = 2$; $n-k-1 = 93$) adalah sebesar 3,09. Karena nilai F_{hitung} (9,596) lebih besar dari F_{tabel} (3,09) dan nilai signifikansi (0,000) lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel Kemudahan Penggunaan dan Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.

Koefisien Determinasi (Adjusted R^2)

Tabel 5 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (Adjusted R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.568 ^a	.323	.308	2.36389
a. Predictors: (Constant), Kemudahan Penggunaan, Gaya Hidup				
b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif				

Sumber: Data diolah peneliti, (2026)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (Adjusted R^2), diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,308. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kemudahan Penggunaan (X_1) dan Gaya Hidup (X_2) secara simultan mampu menjelaskan variasi Perilaku Konsumtif (Y) pengguna Shopee PayLater di kalangan Gen z Kota Tanjungpinang sebesar 30,8%. Sementara itu, sisanya sebesar 69,2% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dengan demikian, meskipun nilai Adjusted R^2 sebesar 0,308 belum menunjukkan pengaruh yang sangat besar, hasil tersebut tetap memiliki makna dalam penelitian ini. Nilai tersebut membuktikan bahwa Kemudahan Penggunaan dan Gaya Hidup mampu menjelaskan sebagian perilaku konsumtif pengguna Shopee PayLater, yaitu sebesar 30,8%. Namun, karena masih terdapat 69,2% variasi perilaku konsumtif yang dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini, maka penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti literasi keuangan, kontrol diri, pendapatan, promosi, impulsive buying, dan pengaruh media sosial agar hasil penelitian menjadi lebih luas dan komprehensif.

Pembahasan Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Komsuntif Pengguna Shopee PayLater di Kalangan Gen Z di Kota Tanjungpinang

Output uji hipotesis yang telah dijelaskan pada uji-F menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk uji simultan adalah sebesar $<0,001$, lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Selain itu, nilai Fhitung sebesar 22,185 lebih besar dibandingkan dengan Ftabel sebesar 3,09. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, secara simultan variabel Kemudahan Penggunaan (X_1) dan Gaya Hidup (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y) pengguna Shopee PayLater di kalangan Gen Z di Kota Tanjungpinang.

Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dan gaya hidup secara bersama-sama mampu mendorong meningkatnya perilaku konsumtif pengguna Shopee PayLater. Kemudahan penggunaan membuat pengguna merasa lebih praktis dalam melakukan transaksi, mulai dari proses aktivasi, penggunaan limit, pemahaman informasi tagihan, hingga pembayaran. Ketika layanan Shopee PayLater mudah digunakan, pengguna cenderung lebih nyaman dan terdorong untuk melakukan pembelian secara berulang.

Selain itu, gaya hidup Gen Z yang dekat dengan media sosial, tren, produk populer, dan keinginan untuk mengikuti perkembangan zaman juga turut memperkuat kecenderungan perilaku konsumtif. Gen Z yang aktif melihat promosi, rekomendasi produk, atau tren belanja digital dapat lebih mudah terdorong untuk membeli suatu produk, terlebih ketika didukung oleh fasilitas pembayaran seperti Shopee PayLater yang memungkinkan pembelian dilakukan terlebih dahulu dan pembayaran dilakukan kemudian.

Dengan adanya kombinasi antara kemudahan penggunaan dan gaya hidup, perilaku konsumtif pengguna Shopee PayLater menjadi semakin terbentuk. Kemudahan layanan memberikan akses transaksi yang cepat dan fleksibel, sedangkan gaya hidup memberikan dorongan untuk membeli produk berdasarkan tren, kepuasan pribadi, maupun keinginan mengikuti lingkungan sosial. Oleh karena itu, hasil uji-F ini memperkuat bahwa Kemudahan Penggunaan dan Gaya Hidup secara bersama-sama memiliki peran penting dalam memengaruhi Perilaku Konsumtif pengguna Shopee PayLater di kalangan Gen Z di Kota Tanjungpinang.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini antara lain adalah Berdasarkan hasil pengujian secara parsial, variabel Kemudahan Penggunaan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y) pengguna Shopee PayLater di kalangan Gen Z di Kota Tanjungpinang. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,017, yang lebih kecil dari 0,05, serta nilai koefisien regresi yang bernilai positif sebesar 0,343. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin mudah Shopee PayLater digunakan, maka semakin tinggi kecenderungan pengguna untuk berperilaku konsumtif. Kemudahan tersebut meliputi proses aktivasi yang mudah, informasi limit dan tagihan yang mudah dipahami, kemudahan dalam melakukan transaksi, serta kemudahan dalam pembayaran tagihan. Dengan demikian, tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Perilaku Konsumtif terbukti dan tercapai.

Pada pengujian pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif, menunjukkan hasil bahwa variabel Gaya Hidup (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y) pengguna Shopee PayLater di kalangan Gen Z di Kota Tanjungpinang. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar <0,001, yang lebih kecil dari 0,05, serta nilai koefisien regresi positif sebesar 0,346. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup Gen Z, seperti aktif menggunakan media sosial, mengikuti tren, tertarik mencoba produk baru, memperhatikan penampilan, serta mengikuti perkembangan zaman, dapat mendorong meningkatnya perilaku konsumtif. Semakin tinggi gaya hidup responden, maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk melakukan pembelian menggunakan Shopee PayLater, baik karena promosi, tren, maupun keinginan memperoleh kepuasan dalam berbelanja. Dengan demikian, tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif terbukti dan tercapai.

Sedangkan Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif hasil pengujian yang dilakukan secara simultan, variabel Kemudahan Penggunaan (X1) dan Gaya Hidup (X2) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y) pengguna Shopee PayLater di kalangan Gen Z di Kota Tanjungpinang. Hal ini dibuktikan dengan nilai Fhitung sebesar 22,185, lebih besar dari Ftabel sebesar 3,09, serta nilai signifikansi sebesar <0,001, yang lebih kecil dari 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dan gaya hidup secara bersama-sama mampu mendorong perilaku konsumtif pengguna Shopee PayLater. Kemudahan penggunaan membuat pengguna merasa lebih praktis dan nyaman dalam bertransaksi, sedangkan gaya hidup Gen Z yang dekat dengan tren, media sosial, promosi, dan produk populer semakin memperkuat dorongan untuk berbelanja. Dengan demikian, tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Gaya Hidup secara simultan terhadap Perilaku Konsumtif telah terbukti dan tercapai.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar pengguna Shopee PayLater, khususnya Gen Z, diharapkan dapat lebih bijak dalam menggunakan layanan paylater. Meskipun Shopee PayLater memberikan kemudahan dalam proses transaksi, pengguna perlu mempertimbangkan kemampuan keuangan sebelum melakukan pembelian. Pengguna sebaiknya membedakan antara kebutuhan dan keinginan agar tidak mudah terdorong melakukan pembelian secara impulsif. Dan untuk pihak Shopee

PayLater diharapkan dapat terus meningkatkan transparansi informasi kepada pengguna, khususnya terkait jumlah tagihan, tenor pembayaran, biaya layanan, bunga, dan konsekuensi keterlambatan pembayaran. Informasi yang jelas dan mudah dipahami dapat membantu pengguna dalam mengambil keputusan berbelanja secara lebih bijak. Selain memberikan kemudahan dalam penggunaan layanan, Shopee PayLater juga disarankan untuk memperkuat edukasi keuangan kepada pengguna, terutama bagi kalangan Gen Z. Edukasi tersebut dapat berupa pengingat pembayaran, informasi penggunaan limit secara sehat, serta imbauan agar pengguna tidak melakukan pembelian secara berlebihan.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi perilaku konsumtif pengguna Shopee PayLater, seperti literasi keuangan, kontrol diri, pendapatan atau uang saku, promosi, impulsive buying, pengaruh teman sebaya, dan intensitas penggunaan media sosial. Selain itu, penelitian mendatang juga dapat menggunakan metode pengumpulan data yang lebih mendalam, seperti wawancara, agar dapat menggali alasan responden dalam menggunakan Shopee PayLater dan faktor-faktor yang mendorong perilaku konsumtif secara lebih komprehensif. Penelitian selanjutnya juga dapat memperluas objek penelitian pada wilayah lain atau membandingkan beberapa layanan paylater agar hasil penelitian menjadi lebih luas dan mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Alghifari, G. F. (2025). Gaya Hidup, Literasi, dan Konsumsi: Studi Perilaku Konsumtif Gen Z Pengguna Shopee PayLater di Kota Padang. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*.
- Anindya, V. R. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Konsumtif, dan Fintech Payment Terhadap Pembelian Impulsif Pengguna Shopee Pada Mahasiswa di Kota Yogyakarta. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 4(4), 2394–2404.
- Astuti, M. D., & Wardani, M. K. (2024). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Lifestyle Sebagai Pemoderasi. *Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, 4(2), 147–154.
- Candika, Y. I., Riadi, F. S., Lestari, E., Putri, H., & Bahtera, N. T. (2025). Kecenderungan Penggunaan Paylater di Kalangan Mahasiswa: Peran Perilaku Konsumtif dan Tekanan Sosial. *Journal of Management and Digital Business*, 5(2), 685–702.
- Citra, C. R., Putri, B. A., Jessica, D., & Mustika, V. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Gen Z Menggunakan Dompot Digital (SPayLater): Studi Tentang Kemudahan Penggunaan dan Gaya Hidup PT Hichem Indonesia. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9, 26311–26323.
- Elvi, F. (2025). Dampak penggunaan Shopee PayLater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 9(1), 2222–2233.
- Felix, A., Lyem, R., Alexander, F., & Sutrisno, J. (2024). Pengaruh Shopee PayLater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa: Antara Kemudahan dan Perangkap. *Jurnal Digismantech*, 4(2), 33–43.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Hafiz, M. K., Dewi, Y. S., & Aini, N. (2026). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Konsumtif, dan Fear Of Missing Out (Fomo) Terhadap Penggunaan Paylater di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMA)*, 91–103.

- Hariono, J., Devy, C., Ratna, Y., & Rohmah, M. (2025). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Media Sosial Terhadap Tren Penggunaan Shopee PayLater di Kalangan Gen Z. *Jurnal Cendekia Akuntansi*, 6, 15–32.
- Herawati, R., Sadiyah, A., & Sartika, S. H. (2025). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi. *Jurnal Ilmiah Nusantara (JINU)*, 2(4).
- Kholizah, A. N. (2025). Pengaruh Gaya Hidup, Persepsi Kemudahan, dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee PayLater pada Gen Z. *YUME: Journal of Management*, 8(1), 127–137.
- Leonita, D., & Wulandari, S. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Program Studi Manajemen Angkatan 2020). *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 13(2), 554–566.
- Lestari, S. D., & Haris, H. (2024). Pengaruh Sosial, Gaya Hidup, Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Melalui Shopee Paylater Pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 9(204), 389–404.
- Lestari, S. Z. K. A., & R. S. D. (2023). Pengaruh penggunaan Shopee PayLater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*, 3(2), 3041–3059.
- Lwanga, S. K., & Lmeshow, S. (1991). *Sample Size Determination in Health Studies: A Practical Manual*. World Health Organization.
- Mawarizki, D. P., Dewi, R. S., & Universitas Diponegoro. (2025). Pengaruh Live Streaming Commerce dan Online Customer Review Terhadap Purchase Decision Melalui Trust Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Pelanggan Kosmetik Barenbliss Melalui Live Streaming Shopee). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 14(1), 372–383.
- Romadhonita, D. I. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Konsumtif, Dan Fear Of Missing Out (FoMO) Terhadap Penggunaan PayLater di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. *Jurnal Bisnis*, 5(4), 917–926.
- Rucita, S. R., & Dewanti, D. S. (2023). Pengaruh kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, Harga, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee PayLater. *Journal of Environmental Economics and Sustainability*, 1, 1–16.
- Safariyanto, O. D., S. A., & S. (2023). Pengaruh Shopee PayLater, promosi Penjualan, dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa. *Journal Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 58–62.
- Santoso, S. (2017). *Statistik multivariat dengan SPSS*. PT Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Yuspira, P., Pane, S. G., & Pane, S. G. (2024). Pengaruh Penggunaan Shopee PayLater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Multidisiplin Teknologi dan Arsitektur*, 2(1), 31–43.