



Pengaruh Penggunaan Fitur PayLater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Pancasakti Bekasi

Ridho Maulana Aureza^{1*}, Yon A.E², Eka Putri³

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan,
Universitas Panca Sakti Bekasi, Bekasi, Indonesia^{1,2,3}

*Email Korespondensi: ridomaulanaaureza123@gmail.com

Diterima: 27-09-2026 | Disetujui: 02-10-2026 | Diterbitkan: 04-10-2026

ABSTRACT

This study on "The Influence of PayLater Feature Usage on the Consumptive Behavior of Pancasakti University Bekasi Students," involving 141 respondents, indicates that the use of the PayLater feature has a positive and significant effect. This is shown by the mean score for usage of 49.15 with a standard deviation of 4.892. Meanwhile, the level of student consumptive behavior is also high, with a mean score for the consumptive behavior variable (Y) of 50.27 and a standard deviation of 5.324. This conclusion is based on the results of hypothesis testing, which yielded a calculated t-value of 12.005 with a significance value of 0.000 (<0.05); thus, the null hypothesis (H_0) is rejected and the alternative hypothesis (H_1) is accepted. The F-test results also show a calculated F-value of 144.118 with a significance level of 0.000 (<0.05), meaning the regression model used is fit to predict the effect of PayLater feature usage on student consumptive behavior. The resulting regression equation is $\hat{Y} = 12.750 + 0.763X$, which signifies that for every one-unit increase in the usage score, there is a corresponding increase of 0.763 units in the consumptive behavior score. The coefficient of determination (R^2) of 0.509 indicates that the use of the PayLater feature accounts for 50.9% of student consumptive behavior, while the remaining 49.1% is influenced by other factors outside the scope of this study. Therefore, it can be concluded that the use of the PayLater feature is one of the important factors influencing students' consumptive behavior in managing their finances.

Keywords: PayLater, consumptive behavior, students, fintech

ABSTRAK

Penelitian ini mengenai "Pengaruh Penggunaan Fitur PayLater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Pancasakti Bekasi" yang melibatkan 141 responden menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari penggunaan fitur PayLater. Hal ini ditunjukkan oleh nilai rata-rata (mean) penggunaan sebesar 49,15 dengan simpangan baku 4,892. Sementara itu, tingkat perilaku konsumtif mahasiswa juga tergolong tinggi, dengan nilai rata-rata variabel perilaku konsumtif (Y) sebesar 50,27 dan simpangan baku sebesar 5,324. Kesimpulan ini didasarkan pada hasil uji hipotesis yang menunjukkan nilai t hitung sebesar 12,005 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$), sehingga hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima. Hasil uji F juga menunjukkan nilai F hitung sebesar 144,118 dengan signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$), yang berarti model regresi yang digunakan sudah tepat (fit) untuk memprediksi pengaruh penggunaan fitur PayLater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil uji regresi yang terbentuk adalah $\hat{Y} = 12,750 + 0,763X$, yang bermakna bahwa setiap kenaikan satu satuan skor penggunaan akan diikuti oleh peningkatan skor perilaku konsumtif sebesar 0,763 satuan. Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,509 berarti penggunaan fitur PayLater mampu memberikan kontribusi sebesar 50,9% terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, sedangkan 49,1% sisanya dipengaruhi oleh

faktor-faktor lain di luar penelitian ini. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa penggunaan fitur PayLater merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa dalam mengelola keuangan.

Katakunci: PayLater, perilaku konsumtif, mahasiswa, fintech

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Aureza, R. M., E. Y. A. ., & Putri, E. . (2026). Pengaruh Penggunaan Fitur PayLater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Pancasakti Bekasi. Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi, 2(4), 4157-4167. <https://doi.org/10.63822/nf52f012>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan yang signifikan terhadap cara masyarakat melakukan aktivitas ekonomi, termasuk dalam melakukan pembayaran dan memperoleh fasilitas pembiayaan. Transformasi digital pada sektor keuangan melahirkan *financial technology* (fintech), yaitu pemanfaatan teknologi untuk menghadirkan layanan keuangan yang lebih mudah diakses, cepat, dan efisien. Gomber et al. (2017) menjelaskan bahwa perkembangan *digital finance* dan fintech mencakup berbagai inovasi dalam fungsi keuangan, teknologi, serta bentuk interaksi antara penyedia layanan dan pengguna. Dengan demikian, perkembangan fintech tidak hanya mengubah cara masyarakat melakukan pembayaran, tetapi juga memengaruhi bagaimana konsumen mengakses dan menggunakan fasilitas keuangan dalam aktivitas sehari-hari.

Salah satu bentuk perkembangan fintech yang semakin banyak digunakan adalah *Buy Now Pay Later* (BNPL) atau PayLater. Layanan ini memungkinkan konsumen memperoleh barang atau jasa terlebih dahulu dan melakukan pembayaran pada waktu berikutnya, baik secara penuh maupun melalui cicilan sesuai ketentuan penyedia layanan. Di Indonesia, perkembangan BNPL semakin mendapat perhatian karena pertumbuhan pembiayaan digital yang cukup pesat. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat bahwa pada Desember 2025 baki debit kredit BNPL perbankan mencapai Rp26,4 triliun dengan jumlah rekening 31,21 juta, sedangkan pembiayaan BNPL melalui perusahaan pembiayaan mencapai Rp11,94 triliun dan tumbuh 75,05% secara *year-on-year*. Perkembangan tersebut menunjukkan bahwa BNPL telah menjadi bagian dari ekosistem pembiayaan digital yang semakin luas. Selain itu, OJK telah menerbitkan POJK Nomor 32 Tahun 2025 tentang Penyelenggaraan Buy Now Pay Later yang mengatur antara lain karakteristik BNPL, prinsip kehati-hatian, keterbukaan informasi, penagihan, dan perlindungan konsumen.

Kemudahan tersebut menjadi semakin relevan ketika dikaitkan dengan mahasiswa sebagai kelompok pengguna teknologi digital yang aktif. Mahasiswa dapat memanfaatkan PayLater untuk memperoleh barang atau jasa tanpa harus menyediakan dana secara penuh pada saat transaksi. Dari sisi konsumen, kondisi tersebut memberikan fleksibilitas pembayaran dan mengurangi hambatan transaksi. Namun, kemudahan pembayaran juga dapat mengubah cara individu mempertimbangkan keputusan pembelian. Prelec dan Loewenstein (1998), melalui konsep *mental accounting* dan *pain of paying*, menjelaskan bahwa pembayaran secara langsung dapat menimbulkan konsekuensi psikologis berupa rasa kehilangan atau *pain of paying*. Sebaliknya, ketika pembayaran dipisahkan dari waktu konsumsi, keterkaitan psikologis antara pembelian dan pembayaran dapat menjadi lebih lemah. PayLater pada dasarnya menghadirkan mekanisme pembayaran yang ditunda, sehingga secara teoritis dapat mengurangi hambatan psikologis yang biasanya muncul ketika seseorang harus membayar secara langsung.

Perspektif tersebut dapat digunakan untuk menjelaskan mengapa kemudahan pembayaran perlu dikaitkan dengan perilaku konsumtif. Engel, Blackwell, dan Miniard (1995) memandang perilaku konsumen sebagai proses yang melibatkan pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, hingga perilaku setelah pembelian. Dalam konteks konsumsi digital, proses tersebut dapat berlangsung semakin cepat karena konsumen memperoleh akses langsung terhadap produk, promosi, serta berbagai pilihan metode pembayaran. Sementara itu, Baudrillard (1998) menjelaskan bahwa konsumsi dalam masyarakat modern tidak semata-mata berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan fungsional, tetapi juga dapat berkaitan dengan simbol, gaya hidup, identitas, dan status sosial. Oleh karena itu, perilaku konsumtif dapat muncul ketika keputusan pembelian lebih banyak dipengaruhi oleh keinginan, kepuasan

sesaat, tren, maupun dorongan sosial daripada pertimbangan kebutuhan dan kemampuan finansial.

Fenomena tersebut telah memperoleh dukungan dari sejumlah penelitian empiris. Penelitian Candika et al. (2025) terhadap mahasiswa di Surabaya menunjukkan bahwa perilaku konsumtif berpengaruh signifikan terhadap kecenderungan penggunaan PayLater, sementara pengaruh sosial menunjukkan arah positif tetapi tidak signifikan. Penelitian Darsono et al. (2025) terhadap 400 mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta juga menemukan bahwa gaya hidup, pengaruh sosial, dan motivasi hedonisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna Shopee PayLater. Sementara itu, penelitian Putri, Priyadi, dan Maulana (2025) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan PayLater berkaitan dengan kecenderungan pembelian impulsif pada mahasiswa. Penelitian lain mengenai BNPL di Indonesia juga menunjukkan bahwa mekanisme *buy now pay later* dapat berkaitan dengan kecenderungan *online impulse buying*, terutama dalam konteks promosi digital dan pengendalian diri konsumen.

Meskipun demikian, hubungan antara PayLater dan perilaku konsumtif tidak semata-mata dapat dipahami sebagai hubungan antara kemudahan teknologi dan peningkatan konsumsi. Perilaku konsumsi mahasiswa juga dipengaruhi oleh gaya hidup, lingkungan sosial, promosi, literasi keuangan, serta kemampuan pengendalian diri. Penelitian Ananda et al. (2024), misalnya, menempatkan literasi keuangan dan *self-control* sebagai faktor yang berkaitan dengan perilaku konsumtif mahasiswa melalui penggunaan PayLater. Hal tersebut menunjukkan bahwa PayLater perlu dipahami bukan hanya sebagai instrumen pembayaran, tetapi sebagai bagian dari perubahan mekanisme pengambilan keputusan konsumen dalam lingkungan ekonomi digital.

Kondisi tersebut juga terlihat pada hasil survei pendahuluan yang dilakukan peneliti terhadap 10 mahasiswa Universitas Pancasakti Bekasi. Hasil survei menunjukkan bahwa 8 mahasiswa pernah menggunakan Shopee PayLater, 6 mahasiswa menyatakan tertarik menggunakan layanan tersebut karena adanya promo, 5 mahasiswa mengaku pernah membeli barang yang sebenarnya kurang dibutuhkan, dan 7 mahasiswa menyatakan bahwa penggunaan PayLater turut meningkatkan pengeluaran mereka. Temuan awal tersebut memberikan gambaran bahwa kemudahan pembayaran, promosi, dan fleksibilitas PayLater berpotensi berkaitan dengan perubahan pola konsumsi mahasiswa. Namun, temuan tersebut masih bersifat awal dan belum dapat digunakan untuk menyimpulkan adanya pengaruh secara empiris. Oleh karena itu, diperlukan penelitian kuantitatif dengan pengukuran yang lebih sistematis untuk mengetahui hubungan dan besarnya pengaruh penggunaan PayLater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Penelitian mengenai hubungan tersebut menjadi semakin penting karena penelitian terdahulu dilakukan pada lokasi, karakteristik responden, dan konteks yang berbeda. Beberapa penelitian telah mengkaji penggunaan PayLater dan perilaku konsumtif mahasiswa, tetapi penelitian yang secara khusus menguji pengaruh penggunaan fitur PayLater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Pancasakti Bekasi masih diperlukan. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran empiris mengenai sejauh mana penggunaan PayLater berkaitan dengan perilaku konsumtif mahasiswa, khususnya dalam konteks lingkungan pendidikan tinggi. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada kajian perilaku konsumen dan fintech, tetapi juga dapat menjadi bahan pertimbangan dalam penguatan literasi keuangan mahasiswa.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh penggunaan fitur PayLater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Pancasakti Bekasi. Variabel penggunaan

PayLater ditempatkan sebagai variabel independen (X), sedangkan perilaku konsumtif mahasiswa ditempatkan sebagai variabel dependen (Y).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian bertujuan menguji pengaruh penggunaan fitur PayLater sebagai variabel independen (X) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sebagai variabel dependen (Y) berdasarkan data numerik yang diperoleh dari responden. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner tertutup dengan skala Likert lima tingkat. Penggunaan kuesioner memungkinkan peneliti memperoleh data secara langsung mengenai persepsi dan pengalaman mahasiswa dalam menggunakan fitur PayLater serta kecenderungan perilaku konsumtif mereka. Penelitian dilaksanakan di Universitas Pancasakti Bekasi dengan subjek penelitian mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi semester I sampai VIII. Desain penelitian tersebut sesuai dengan tujuan penelitian yang berfokus pada pengujian hubungan dan pengaruh antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen.

Populasi penelitian adalah mahasiswa aktif Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Pancasakti Bekasi semester I sampai VIII. Berdasarkan data bagian akademik Universitas Pancasakti Bekasi, jumlah populasi penelitian sebanyak 220 mahasiswa yang terdiri atas mahasiswa angkatan 2022 sebanyak 67 orang, angkatan 2023 sebanyak 46 orang, angkatan 2024 sebanyak 68 orang, dan angkatan 2025 sebanyak 39 orang. Sampel penelitian ditentukan menggunakan teknik *proportionate stratified random sampling*, yaitu pengambilan sampel secara acak dengan mempertimbangkan proporsi masing-masing kelompok dalam populasi. Teknik ini digunakan karena populasi penelitian memiliki karakteristik yang terbagi berdasarkan semester, sehingga setiap kelompok mahasiswa memperoleh keterwakilan secara proporsional. Penentuan ukuran sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 5%. Berdasarkan populasi sebanyak 220 mahasiswa, diperoleh kebutuhan sampel sekitar 142 responden. Dalam pelaksanaan penelitian, data yang dianalisis berasal dari 141 responden yang memenuhi kelengkapan pengisian instrumen dan digunakan sebagai data penelitian.

Variabel dalam penelitian terdiri atas penggunaan fitur PayLater (X) dan perilaku konsumtif mahasiswa (Y). Penggunaan fitur PayLater secara operasional didefinisikan sebagai tingkat pemanfaatan layanan pembayaran yang memungkinkan mahasiswa melakukan transaksi terlebih dahulu dan melakukan pembayaran pada waktu berikutnya, baik melalui pembayaran pada saat jatuh tempo maupun melalui sistem cicilan. Variabel tersebut diukur melalui aspek persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan sikap penggunaan. Sementara itu, perilaku konsumtif mahasiswa secara operasional didefinisikan sebagai kecenderungan melakukan pembelian barang atau jasa yang lebih didorong oleh keinginan daripada kebutuhan. Variabel ini diukur melalui kecenderungan membeli karena promosi atau hadiah, daya tarik penampilan produk, penampilan dan gengsi, pertimbangan harga, status sosial, pembelian produk mahal, pengaruh figur, serta kecenderungan mengutamakan keinginan dibandingkan kebutuhan.

Instrumen penelitian berupa kuesioner tertutup yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel. Instrumen penggunaan fitur PayLater terdiri atas 12 butir pernyataan yang mencakup persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan sikap penggunaan, sedangkan instrumen perilaku konsumtif terdiri atas 12 butir pernyataan yang menggambarkan kecenderungan konsumsi berdasarkan keinginan, promosi,

penampilan, gengsi, harga, status sosial, dan pengaruh lingkungan. Dengan demikian, keseluruhan instrumen penelitian terdiri atas 24 butir pernyataan. Setiap pernyataan diukur menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari pilihan yang menunjukkan tingkat ketidaksetujuan hingga tingkat persetujuan tertinggi. Sebelum digunakan dalam pengumpulan data utama, instrumen diuji untuk memastikan bahwa setiap butir pernyataan memiliki kemampuan pengukuran yang memadai serta konsistensi internal yang baik.

Pengujian kualitas instrumen dilakukan melalui uji validitas dan reliabilitas dengan bantuan program IBM SPSS Statistics. Uji validitas digunakan untuk mengetahui kemampuan setiap butir pernyataan dalam mengukur konstruk yang diteliti. Pengujian validitas dilakukan menggunakan korelasi *Product Moment Pearson*, dengan kriteria bahwa butir pernyataan dinyatakan valid apabila nilai korelasi r hitung lebih besar daripada r tabel pada taraf signifikansi 5%. Berdasarkan hasil pengujian, seluruh 24 butir pernyataan dinyatakan valid dan selanjutnya digunakan dalam pengumpulan data penelitian. Uji reliabilitas dilakukan menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha* untuk mengetahui konsistensi internal instrumen. Hasil pengujian menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,972 untuk variabel penggunaan fitur PayLater dan 0,962 untuk variabel perilaku konsumtif, sehingga kedua instrumen dinyatakan reliabel karena nilainya lebih besar dari batas 0,60.

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa yang menjadi sampel penelitian. Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh secara langsung dari jawaban responden terhadap pernyataan mengenai penggunaan fitur PayLater dan perilaku konsumtif. Data yang telah terkumpul kemudian diperiksa kelengkapan jawabannya, diberi kode, ditabulasi, dan selanjutnya diolah menggunakan IBM SPSS Statistics. Tahap awal analisis dilakukan melalui statistik deskriptif untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik data pada masing-masing variabel. Statistik deskriptif yang digunakan meliputi nilai minimum, maksimum, *mean*, standar deviasi, dan *range*. Analisis tersebut digunakan untuk menggambarkan tingkat penggunaan fitur PayLater serta kondisi perilaku konsumtif mahasiswa sebelum dilakukan pengujian hubungan antarvariabel.

Sebelum melakukan analisis regresi, penelitian ini terlebih dahulu melakukan pengujian persyaratan analisis berupa uji normalitas dan uji linearitas. Uji normalitas dilakukan menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* untuk mengetahui apakah residual dalam model penelitian berdistribusi normal, dengan ketentuan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 menunjukkan distribusi normal. Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah hubungan antara penggunaan fitur PayLater dan perilaku konsumtif membentuk hubungan linear, dengan dasar pengambilan keputusan berdasarkan nilai *Deviation from Linearity* lebih besar dari 0,05. Setelah persyaratan analisis terpenuhi, pengujian dilanjutkan dengan analisis regresi linear sederhana untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh penggunaan fitur PayLater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t untuk mengetahui signifikansi pengaruh penggunaan fitur PayLater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa secara statistik. Kriteria pengujian ditetapkan pada taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$), yaitu hipotesis nol ditolak apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau nilai t hitung lebih besar daripada t tabel. Selain itu, dilakukan uji F untuk mengetahui kelayakan model regresi yang digunakan, sedangkan koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi penggunaan fitur PayLater dalam menjelaskan variasi perilaku konsumtif mahasiswa. Dalam penelitian ini, model regresi menghasilkan persamaan $\hat{Y} = 12,750 + 0,763X$, dengan

nilai t sebesar 12,005 dan signifikansi 0,000, sedangkan nilai R^2 sebesar 0,509. Artinya, dalam data penelitian ini, penggunaan fitur PayLater menjelaskan 50,9% variasi perilaku konsumtif mahasiswa, sementara 49,1% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh penggunaan fitur PayLater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Pancasakti Bekasi. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi yang menjadi responden penelitian. Setelah proses pengumpulan dan pemeriksaan data dilakukan, sebanyak 141 responden digunakan dalam analisis. Seluruh data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan program IBM SPSS Statistics untuk menghasilkan statistik deskriptif, pengujian persyaratan analisis, serta pengujian hipotesis penelitian.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa penggunaan fitur PayLater (X) memiliki skor rata-rata sebesar 49,15 dengan simpangan baku sebesar 4,892. Hasil tersebut menunjukkan bahwa skor penggunaan PayLater pada responden memiliki variasi yang relatif terkonsentrasi di sekitar nilai rata-ratanya. Berdasarkan data penelitian, skor variabel penggunaan PayLater digunakan untuk menggambarkan tingkat pemanfaatan fitur tersebut oleh mahasiswa, yang dalam instrumen penelitian mencakup persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan sikap penggunaan.

Sementara itu, variabel perilaku konsumtif mahasiswa (Y) memperoleh skor rata-rata sebesar 50,27. Pada hasil statistik deskriptif, skor minimum yang diperoleh adalah 41 dan skor maksimum 60, dengan rentang skor sebesar 19. Nilai median tercatat sebesar 50 dan modus sebesar 48. Hasil tersebut memberikan gambaran bahwa skor perilaku konsumtif responden berada pada tingkat yang relatif tinggi berdasarkan rentang pengukuran instrumen yang digunakan dalam penelitian.

Untuk memastikan bahwa data memenuhi persyaratan sebelum digunakan dalam analisis regresi linear sederhana, dilakukan uji normalitas. Pengujian normalitas menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,200. Nilai tersebut lebih besar daripada taraf signifikansi 0,05 ($0,200 > 0,05$), sehingga residual penelitian dinyatakan berdistribusi normal. Dengan demikian, persyaratan normalitas dalam analisis regresi linear sederhana telah terpenuhi dan analisis dapat dilanjutkan pada tahap berikutnya.

Selain uji normalitas, dilakukan uji linearitas untuk mengetahui apakah hubungan antara penggunaan fitur PayLater sebagai variabel independen dan perilaku konsumtif sebagai variabel dependen bersifat linear. Hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi *Deviation from Linearity* sebesar 0,476. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga hubungan antara penggunaan fitur PayLater dan perilaku konsumtif mahasiswa dapat dinyatakan linear. Hasil tersebut menunjukkan bahwa model regresi linear sederhana dapat digunakan untuk menganalisis hubungan kedua variabel penelitian.

Setelah seluruh persyaratan analisis terpenuhi, dilakukan analisis regresi linear sederhana untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh penggunaan fitur PayLater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil analisis menghasilkan persamaan regresi $\hat{Y} = 12,750 + 0,763X$. Nilai konstanta sebesar 12,750 menunjukkan nilai prediksi perilaku konsumtif ketika skor penggunaan PayLater berada pada nilai nol, sedangkan koefisien regresi sebesar 0,763 menunjukkan arah hubungan positif. Dengan demikian,

berdasarkan model penelitian, setiap peningkatan satu satuan skor penggunaan fitur PayLater diikuti oleh peningkatan skor perilaku konsumtif sebesar 0,763 satuan.

Pengujian hipotesis secara parsial dilakukan melalui uji *t*. Hasil pengujian menunjukkan nilai *t* hitung sebesar 12,005 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi tersebut lebih kecil daripada 0,05, maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima. Dengan demikian, berdasarkan data penelitian terdapat pengaruh yang signifikan dari penggunaan fitur PayLater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Pancasakti Bekasi. Nilai koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa arah pengaruh yang ditemukan dalam model adalah positif.

Kelayakan model regresi juga diperiksa melalui uji *F*. Hasil analisis ANOVA menunjukkan nilai *F* hitung sebesar 144,118 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi yang lebih kecil daripada 0,05 menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan signifikan secara statistik. Dengan demikian, variabel penggunaan fitur PayLater secara statistik mampu menerangkan perubahan pada variabel perilaku konsumtif mahasiswa, sehingga model regresi linear sederhana yang digunakan dalam penelitian ini layak untuk menjelaskan hubungan antara kedua variabel.

Besarnya kemampuan variabel penggunaan fitur PayLater dalam menjelaskan variasi perilaku konsumtif diketahui melalui koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan nilai *R* Square sebesar 0,509, yang berarti bahwa penggunaan fitur PayLater mampu menjelaskan sebesar 50,9% variasi perilaku konsumtif mahasiswa. Sementara itu, sebesar 49,1% variasi perilaku konsumtif dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian ini. Nilai tersebut menunjukkan bahwa penggunaan PayLater memiliki kontribusi yang cukup besar dalam menjelaskan variasi perilaku konsumtif pada responden penelitian.

Secara keseluruhan, hasil analisis penelitian dapat dirangkum pada Tabel 1. Hasil tersebut memperlihatkan bahwa data memenuhi persyaratan analisis, hubungan kedua variabel bersifat linear, serta model regresi menunjukkan arah hubungan positif dan signifikan. Nilai koefisien regresi sebesar 0,763, nilai *t* sebesar 12,005, nilai *F* sebesar 144,118, dan *R* Square sebesar 0,509 secara bersama-sama menunjukkan bahwa penggunaan fitur PayLater mempunyai hubungan positif dan signifikan dengan perilaku konsumtif mahasiswa dalam data penelitian ini.

Tabel 1. Ringkasan Hasil Analisis Penggunaan PayLater dan Perilaku Konsumtif

Analisis	Hasil	Keterangan
Jumlah responden	141	Data dianalisis
Mean penggunaan PayLater (X)	49,15	Statistik deskriptif
SD penggunaan PayLater (X)	4,892	Statistik deskriptif
Mean perilaku konsumtif (Y)	50,27	Statistik deskriptif
Uji normalitas	Sig. = 0,200	Normal
Uji linearitas	Sig. Deviation from Linearity = 0,476	Linear
Persamaan regresi	$\hat{Y} = 12,750 + 0,763X$	Pengaruh positif
Uji <i>t</i>	<i>t</i> = 12,005; Sig. = 0,000	Signifikan
Uji <i>F</i>	<i>F</i> = 144,118; Sig. = 0,000	Model signifikan
Koefisien determinasi	$R^2 = 0,509$	Kontribusi 50,9%

Tabel di atas menunjukkan bahwa penelitian ini melibatkan 141 responden dengan nilai rata-rata penggunaan fitur PayLater sebesar 49,15 dan nilai rata-rata perilaku konsumtif sebesar 50,27. Hasil uji prasyarat menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dengan nilai signifikansi 0,200 dan hubungan antara variabel penggunaan PayLater dan perilaku konsumtif bersifat linear dengan nilai *Deviation from Linearity* sebesar 0,476. Selanjutnya, analisis regresi menghasilkan persamaan $\hat{Y} = 12,750 + 0,763X$, yang menunjukkan koefisien regresi positif. Pengujian hipotesis menghasilkan nilai *t* sebesar 12,005 dengan signifikansi 0,000, sedangkan uji F menghasilkan nilai 144,118 dengan signifikansi 0,000. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,509 menunjukkan bahwa penggunaan fitur PayLater menjelaskan 50,9% variasi perilaku konsumtif mahasiswa, sedangkan 49,1% sisanya berkaitan dengan faktor lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh persyaratan analisis regresi linear sederhana telah terpenuhi. Uji normalitas menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,200, sedangkan uji linearitas menunjukkan nilai *Deviation from Linearity* sebesar 0,476, yang lebih besar dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa data penelitian berdistribusi normal dan hubungan antara penggunaan fitur PayLater dengan perilaku konsumtif bersifat linear, sehingga analisis regresi linear sederhana dapat digunakan untuk menguji hubungan kedua variabel. Kondisi ini memberikan dasar statistik yang memadai untuk melanjutkan pengujian pengaruh penggunaan fitur PayLater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Hasil analisis regresi linear sederhana menghasilkan persamaan $\hat{Y} = 12,750 + 0,763X$. Koefisien regresi sebesar 0,763 menunjukkan arah hubungan yang positif, sehingga peningkatan skor penggunaan fitur PayLater diikuti oleh peningkatan skor perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil uji *t* memperoleh nilai 12,005 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga secara statistik terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan fitur PayLater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil tersebut diperkuat oleh uji F yang menghasilkan nilai 144,118 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, yang menunjukkan bahwa model regresi secara keseluruhan signifikan dalam menjelaskan hubungan antara penggunaan PayLater dan perilaku konsumtif. Dengan demikian, hasil penelitian memberikan bukti empiris bahwa penggunaan fitur PayLater memiliki hubungan positif dan signifikan dengan perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Pancasakti Bekasi.

Temuan tersebut dapat dijelaskan melalui pandangan Engel et al. (1995) mengenai perilaku konsumen, khususnya bahwa kemudahan akses terhadap fasilitas kredit atau pembayaran yang ditanggguhkan dapat mengurangi hambatan seseorang dalam melakukan pembelian. Dalam konteks PayLater, mahasiswa dapat memperoleh barang atau jasa terlebih dahulu dan melakukan pembayaran pada waktu berikutnya, sehingga pembayaran secara langsung tidak lagi menjadi hambatan utama dalam proses pembelian. Kondisi tersebut dapat membuat keputusan pembelian menjadi lebih mudah dilakukan, termasuk ketika pembelian tidak sepenuhnya didasarkan pada kebutuhan. Oleh karena itu, hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa karakteristik PayLater berupa kemudahan akses dan penundaan pembayaran memiliki keterkaitan dengan kecenderungan perilaku konsumtif mahasiswa.

Hasil penelitian juga dapat dipahami melalui perspektif Baudrillard (1998) yang memandang konsumsi dalam masyarakat modern tidak semata-mata berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan, tetapi juga dapat berkaitan dengan identitas dan status sosial. Dalam konteks mahasiswa yang hidup dalam

lingkungan digital, keputusan konsumsi dapat dipengaruhi oleh tren, promosi, serta keinginan untuk memperoleh kepuasan tertentu. Sementara itu, Sumartono (2002) menjelaskan perilaku konsumtif melalui karakteristik seperti pembelian impulsif, pembelian yang tidak rasional, kecenderungan mengutamakan keinginan daripada kebutuhan, mudah terpengaruh promosi, dan pengeluaran yang berlebihan. Dengan demikian, kemudahan transaksi melalui PayLater dapat menjadi salah satu kondisi yang memungkinkan munculnya bentuk-bentuk perilaku konsumtif tersebut, terutama ketika fasilitas pembayaran digunakan tanpa mempertimbangkan kebutuhan dan kemampuan keuangan secara matang.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu yang tercantum dalam skripsi. Nasrudin (2023) menemukan bahwa penggunaan PayLater berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna PayLater di Yogyakarta. Selanjutnya, Anggraeni et al. (2024) menemukan bahwa penggunaan fitur Shopee PayLater berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kabupaten Kolaka. Bado et al. (2025) juga menemukan hubungan positif antara penggunaan layanan PayLater dan perilaku konsumsi mahasiswa di Kota Makassar, dengan koefisien korelasi sebesar 0,389. Kesamaan arah temuan tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara penggunaan fasilitas pembayaran tertunda dan perilaku konsumsi juga ditemukan pada konteks mahasiswa di wilayah dan perguruan tinggi yang berbeda.

Temuan penelitian ini selanjutnya konsisten dengan penelitian Zuliyansah et al. (2024) yang menunjukkan bahwa penggunaan Shopee PayLater berdampak terhadap peningkatan perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian Putri et al. (2025) juga menunjukkan adanya kecenderungan perilaku impulsif dalam penggunaan PayLater pada mahasiswa, terutama karena kemudahan akses dan fleksibilitas pembayaran. Sementara itu, Safara (2026) menemukan bahwa penggunaan layanan PayLater berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Ronggolawe Tuban. Rangkaian temuan tersebut memperlihatkan pola yang sejalan dengan hasil penelitian ini, yaitu bahwa kemudahan dan fleksibilitas pembayaran melalui PayLater dapat berkaitan dengan meningkatnya kecenderungan melakukan pembelian, termasuk pembelian yang tidak direncanakan sebelumnya.

Besarnya kontribusi penggunaan fitur PayLater dalam penelitian ini ditunjukkan oleh nilai R Square sebesar 0,509, yang berarti bahwa penggunaan PayLater menjelaskan 50,9% variasi perilaku konsumtif mahasiswa, sedangkan 49,1% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian. Hasil ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa tidak hanya berkaitan dengan penggunaan PayLater, tetapi juga dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini. Dengan demikian, hasil penelitian memberikan gambaran bahwa PayLater merupakan salah satu faktor yang berkaitan dengan perilaku konsumtif mahasiswa, sementara faktor lain tetap perlu diperhatikan untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perilaku konsumsi mahasiswa. Temuan ini sekaligus membuka ruang bagi penelitian selanjutnya untuk menguji variabel lain yang dapat menjelaskan bagian variasi perilaku konsumtif yang belum tercakup dalam model penelitian.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh penggunaan fitur PayLater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Pancasakti Bekasi dengan 141 responden, dapat disimpulkan bahwa

penggunaan fitur PayLater berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini ditunjukkan oleh persamaan regresi $\hat{Y} = 12,750 + 0,763X$, nilai t hitung sebesar 12,005 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, serta nilai F sebesar 144,118 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,509 menunjukkan bahwa penggunaan fitur PayLater mampu menjelaskan 50,9% variasi perilaku konsumtif mahasiswa, sedangkan 49,1% sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian. Dengan demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan penggunaan fitur PayLater berkaitan dengan peningkatan skor perilaku konsumtif mahasiswa dalam konteks penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, D. K., Zakariah, M., Rizal, A., & Suwarna, A. P. (2024). Pengaruh penggunaan fitur Shopee PayLater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kabupaten Kolaka. *Jurnal Ekonomi Bisnis Syariaah*, 7(7), 23–32.
- Bado, B., Astuty, S., Retno, D., Astuti, D., & Rajab, A. (2025). Analisis dampak layanan PayLater terhadap perilaku konsumsi mahasiswa di Kota Makassar (Studi kasus mahasiswa UNM). *Jurnal Bisnis Net*, 8(1), 181–187.
- Baudrillard, J. (1998). *The consumer society: Myths and structures*. SAGE Publications.
- Candika, Y. I., Riadi, F. S., Putri, E. L. 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. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v5i2.1862>
- Darsono, S. N. A. C., Rizarda, M., & Johari, S. M. (2025). Fenomena PayLater di kalangan mahasiswa: Gaya hidup, sosial, dan motivasi hedonisme sebagai pemicu perilaku konsumtif. *Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 125–138. <https://doi.org/10.18196/rabin.v9i1.26015>
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer behavior* (8th ed.). Dryden Press.
- Gomber, P., Koch, J.-A., & Siering, M. (2017). Digital finance and FinTech: Current research and future research directions. *Journal of Business Economics*, 87(5), 537–580. <https://doi.org/10.1007/s11573-017-0852-x>
- Nasrudin, M. F. (2023). [Judul artikel tidak tercantum secara lengkap pada daftar pustaka file]. *Journal of Engineering Research*.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2025). *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 32 Tahun 2025 tentang Penyelenggaraan Beli Sekarang Bayar Nanti (Buy Now Pay Later/BNPL)*.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2026). *Siaran pers: Penguatan ketahanan dan integritas sektor jasa keuangan mendukung stabilitas sistem keuangan*.
- Prelec, D., & Loewenstein, G. (1998). The red and the black: Mental accounting of savings and debt. *Marketing Science*, 17(1), 4–28. <https://doi.org/10.1287/mksc.17.1.4>
- Putri, A. R., Priyadi, U., & Maulana, C. (2025). Analisis perilaku impulsif pembayaran PayLater pada mahasiswa Universitas Islam Indonesia. *Jurnal Kebijakan Ekonomi dan Keuangan*, 3(2), 124–135. <https://doi.org/10.20885/jkek.vol3.iss2.art2>
- Safara, Y. P. (2026). [Judul artikel tidak tercantum secara lengkap pada daftar pustaka file]. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 14(2), 216–225.
- Schueffel, P. (2016). Taming the beast: A scientific definition of fintech. *Journal of Innovation Management*, 4(4), 32–54. https://doi.org/10.24840/2183-0606_004.004_0004
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam iklan: Meneropong imbas pesan iklan televisi*. Alfabeta.
- Zuliyansah, Z., Yuspira, P., & Pane, S. G. (2024). Pengaruh penggunaan Shopee PayLater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *MOTEKAR: Jurnal Multidisiplin Teknologi dan Arsitektur*, 2(1), 31–43. <https://doi.org/10.57235/motekar.v2i1.211578>