

**PENGARUH KEMUDAHAN DAN KEMANFAATAN FITUR SHOPEE PAYLATER
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI MILENIAL**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana



Disusun Oleh:

D' Ayu Mitra Lestari

NIM: 211729935

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA
JUNI 2022**

TUGAS AKHIR

PENGARUH KEMUDAHAN DAN KEMANFAATAN FITUR SHOPEE PAYLATER TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI MILENIAL

Dipersiapkan dan disusun oleh:

DAYU MITRA LESTARI

Nomor Induk Mahasiswa: 211729935

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada tanggal 30 Juni 2022 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S. M.)

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing



Olivia Barcelona Nasution, S.E., M.Sc.

Penguji



Nuning Kristiani, S.E., M.M.

Yogyakarta, 30 Juni 2022
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua



Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

PENGARUH KEMUDAHAN DAN KEMANFAATAN FITUR SHOPEE PAYLATER TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI MILENIAL

D AYU MITRA LESTARI

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI YKPN YOGYAKARTA

Jalan Seturan Yogyakarta 55281

e-mail: Dayumitra1409@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of the convenience and usefulness of the Shopee Paylater feature on the consumer behavior of the millennial generation. The sample in this study used a purposive sampling method with the criteria of the millennial generation using the Shopee Paylater feature aged < 20 years to 25 years. This data collection technique uses a questionnaire distributed through Google Forms with a total of 120 respondents.

The results of this study are: (1) Ease of effect and no significance on the consumptive behavior of the millennial generation with a t-value of 0.580 and a significance value of 0.563 < 0.05; (2) Benefit has a positive and significant effect on the consumptive behavior of the millennial generation with a t-value of 4.760 and a significance 0.000 < 0.05; (3) the Adjusted R Square value obtained is 0.328, which means that 32.8% of the millennial generation's consumptive behavior is influenced by the convenience and usefulness of the Shopee Paylater feature and the rest is influenced by other variables not explained in this study.

Keywords: Convenience, Benefits, Shopee Paylater Features, Consumptive Behavior, Millennial Generation

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PENDAHULUAN

Ahli demografi William Stras dan Neil Howe mendefinisikan milenial merupakan generasi terlahir pada kisaran tahun 1982-2004. Menurut Melia, Fitriani dan Vicky (2020) Howe menjelaskan perbedaan antara generasi milenial dengan generasi Z hanya bersifat remaja sehingga tidak dapat untuk menentukan bahwa kelompok remaja dibedakan sampai generasi tersebut mencapai umur dewasa. Masyarakat yang menggunakan tren transaksi *online* akan menyadari bahwa *financial technology* dapat memberikan fasilitas yang canggih seperti pembayaran dan pembelian *online*. Selain itu, dalam sistem pembayaran *online* terdapat *financial technology* yang dapat terlibat dalam pinjaman *online* (peminjam). Gaya ini memberikan kesempatan kepada para perusahaan *e-commerce* yang menyediakan berbagai jenis *platform* untuk kebutuhan primer secara *online*. *E-commerce* ialah proses menjual dan membeli berbagai jenis barang atau jasa lainnya melalui internet. Terdapat banyak *e-commerce* jenis *marketplace* yang berkembang di Indonesia seperti Shopee, Tokopedia, Blibli, JD ID, Lazada, Zalora, Tiktokshop, dan lain sebagainya.

Fitur *paylater* merupakan layanan pinjaman online tanpa menggunakan kartu kredit yang bisa membantu konsumen membayar suatu transaksi secara *online* (Vita, 2021). Fitur *paylater* ada di Shopee semenjak tahun 2017 yang membuat banyak orang tertarik untuk menggunakannya. Penggunaan fitur *paylater* hanya diperbolehkan untuk orang yang telah memiliki kartu identitas seperti KTP agar dapat bisa mengaktifkan fitur tersebut. *E-commerce* mendorong masyarakat agar bisa memenuhi keinginan dan kebutuhannya dalam membeli segala sesuatu dengan keterbatasan uang tunai pada saat membayar transaksi pembelian. Oleh karena itu, kesempatan ini diambil oleh Shopee untuk menyediakan *paylater* sebagai pinjaman berupa cicilan *online*.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Kemudahan Shopee Paylater sebagai pilihan metode pembayaran di Shopee yang menjadi potensi untuk para perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif merupakan seseorang yang menggunakan barang secara berlebihan di dalam kehidupannya (Nadya, 2020). Hal ini disebabkan oleh konsumen tidak memikirkannya berulang kali untuk membeli suatu hanya sebuah keinginan. Pada zaman sekarang ini masyarakat membeli barang tidak sesuai kebutuhannya, melainkan keinginan hasrat demi kepuasan semata. Kemudian hal ini membuat pengguna yang belanja berlebihan tersebut menimbulkan banyaknya tagihan yang melebihi batas pengeluaran bulanan.

Menurut Rahmatsyah (2016) bahwa kemanfaatan merupakan seseorang yang mempunyai potensial dalam menggunakan suatu aplikasi tertentu dengan mempermudah kinerja pekerjaannya. Seperti halnya dengan Shopee Paylater, fitur yang diadakan oleh pihak Shopee ini menjadi berguna bagi penggunanya. Bukan hanya manfaat yang dirasakan oleh penggunanya, tetapi ada rasa percaya yang diberikan oleh pihak Shopee untuk melakukan transaksi *online* dengan cepat dan mudah. Oleh karena itu, kehadiran teknologi bisa memberikan berbagai manfaat kepada setiap penggunanya.

Melihat banyaknya pengguna Shopee khususnya generasi milenial dalam melakukan transaksi *online* dengan menggunakan metode fitur Shopee Paylater, penulis memutuskan mengambil judul penelitian “**Pengaruh Kemudahan dan Kemanfaatan Fitur Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial**”

TINJAUAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease Of Use*)

Kemudahan dalam penggunaan adalah suatu yang menjadi hal terpenting dalam mengambil keputusan seperti pembelian di *online*. *Perceived easy of use* menurut Chin dan Todd (2015: 154), merupakan seberapa besar teknologi komputer yang cukup mudah untuk dipahami dan digunakan. Melalui kemudahan teknologi informasi yang digunakan semua kalangan masyarakat minat untuk menggunakan akan semakin besar. Menurut Hansen et al. (2018) *Technology Acceptance Model* (TAM) atau Model Penerima Teknologi memiliki tiga prinsip inti yang penting salah satunya dengan persepsi kemudahan penggunaan dimana persepsi ini harus dikaitkan dengan peningkatan niat perilaku konsumtif.

Persepsi Kemanfaatan (*Perceived Usefulness*)

Persepsi adalah proses informasi yang dipilih untuk menciptakan arti gambaran kemudian diinterpretasikan (Solomon, 2016:68). Lalu Jogiyanto (2019) menyatakan bahwa persepsi kemanfaatan adalah sejauh mana keyakinan seseorang dalam menggunakan suatu teknologi, dengan adanya rasa percaya diri bahwa sistem tersebut berguna jika digunakan. Persepsi kemanfaatan yang dirasakan adalah indikasi dari harapan subjektif bahwa teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaan (Ramkumar et al. 2019). Menurut penelitian Rauniar et al., (2014) *perceived usefulness* membantu pengguna media sosial menjadi percaya bahwa situs tersebut membuat kebutuhan-kebutuhan individu menjadi terpenuhi. Menurut Hansen et al. (2018) Model Penerimaan Teknologi memiliki tiga prinsip yang diantaranya penting salah satunya *perceived usefulness*, dengan peningkatan persepsi manfaat harus dikaitkan dengan peningkatan niat perilaku.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Fitur Shopee Paylater

Shopee merupakan sebuah aplikasi dimana tempat jual beli secara *online* pada era sekarang ini dan dengan mudah diakses menggunakan *smartphone*. Aplikasi Shopee terdapat fitur *paylater* yaitu pinjaman *online* berupa cicilan belanja dengan membeli dahulu. Fitur *paylater* ini sudah hampir digunakan masyarakat luas yang pada umumnya bisa membantu untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan pengguna. Setiap pengguna baru yang ingin menggunakan fitur ini harus aktif dalam berbelanja menggunakan aplikasi Shopee. Selain itu, tidak sembarang umur bisa mendapatkan fitur *paylater* di aplikasi tersebut. Perusahaan Shopee merasa tertantang dengan melihat para masyarakat berantusiasme dalam menggunakan *e-commerce*, perusahaan akan melakukan perubahan untuk memperbaiki kualitas produk yang mereka jual dan pelayanan jasa yang semakin baik dalam memenuhi permintaan masyarakat.

Menurut Shabrina (2020), ada beberapa kelebihan fitur Shopee Paylater, yaitu:

1. Kemudahan cicilan bagi yang tidak mempunyai kartu kredit
2. Solusi dalam keadaan terdesak
3. Proses peminjaman yang memudahkan pengguna
4. Bunga yang dipinjamkan termasuk minim dibanding pinjaman *online* lainnya
5. Resmi

Perilaku Konsumtif

Secara psikologis masa remaja adalah masa usia dimana mereka tidak lagi merasa di bawah pengawasan orang dewasa melainkan merasa sama seperti masa puber yang menjadi salah satu perubahan intelektual dengan transformasi yang bisa dilihat dari pola cara berpikir. Untuk mencapai suatu integrasi dalam hubungan sosial orang dewasa pada setiap periode perkembangan yang dialami seperti perubahan fisik yang akan terlihat jelas walaupun belum

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

terlihat sempurna. Menurut Hurlock (1999;210) perkembangan fisik pada usia masa remaja mengarah ciri khas dari tubuh seperti orang dewasa pada umumnya. Perkembangan fisik ini dapat terlihat dengan jelas dari perubahan yang dialami seperti tinggi badan, bentuk, serta berkembangnya otot-otot tubuh. Pada usia remaja umumnya lebih dominan membeli barang yang berlebihan. Perilakunya yang ingin mengkonsumsi barang secara tidak wajar dan berlebihan inilah yang disebut perilaku konsumtif.

Adapun ciri-ciri perilaku konsumtif remaja saat membeli suatu barang atau jasa adalah:

- 1) Remaja sangat mudah dipengaruhi oleh rayuan atau omongan penjual yang mencolok.
- 2) Mudah terbujuik iklan yang muncul di beberapa media sosial dengan hiasan model dan warna yang menarik.
- 3) Tidak memikirkan untuk hari kedepannya (tidak hemat).
- 4) Kurang realistis.

Generasi Milenial

Secara psikologis masa remaja adalah masa usia dimana mereka tidak lagi merasa di bawah pengawasan orang dewasa melainkan merasa sama seperti masa puber yang menjadi salah satu perubahan intelektual dengan transformasi yang bisa dilihat dari pola cara berpikir. Untuk mencapai suatu integrasi dalam hubungan sosial orang dewasa pada setiap periode perkembangan yang dialami seperti perubahan fisik yang akan terlihat jelas walaupun belum terlihat sempurna. Menurut Hurlock (1999;210) perkembangan fisik pada usia masa remaja mengarah ciri khas dari tubuh seperti orang dewasa pada umumnya. Perkembangan fisik ini dapat terlihat dengan jelas dari perubahan yang dialami seperti tinggi badan, bentuk, serta berkembangnya otot-otot tubuh.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Persepsi Kemudahan Fitur Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Generasi

Milenial

Dalam penelitian Asja, H. J., Susanti, S., & Fauzi, A. (2021) menyimpulkan bahwa persepsi kemudahan mempunyai pengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan *paylater*, sehingga menyebabkan besarnya tingkat persepsi yang mempengaruhi minat menggunakan konsumen. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis 1: Persepsi kemudahan fitur Shopee Paylater berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi milenial

Persepsi Kemanfaatan Fitur Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Generasi

Milenial

Dalam penelitian Asja, H. J., Susanti, S., & Fauzi, A. (2021) dapat disimpulkan bahwa penelitian persepsi manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan Paylater. Hal ini dapat mempengaruhi besarnya tingkat minat menggunakan layanan metode pembayaran *online paylater*. Sejalan dengan Pratama & Suputra (2019) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik sebagai alat transaksi *online*. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis 2: Persepsi kemanfaatan fitur Shopee Paylater berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi milenial

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

METODE PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian mencakup analisis dan waktu penelitian. Unit analisis pada penelitian ini adalah generasi milenial yang menggunakan fitur Shopee Paylater sebagai metode pembayaran *online* dan dilaksanakan pada semester ganjil tahun akademik 2021/2022.

Populasi Penelitian

Populasi adalah himpunan berbagai objek anggota yang akan diteliti yang memiliki karakteristik tertentu (Algifari, 2017). Populasi pada penelitian ini adalah generasi milenial yang menggunakan fitur Shopee Paylater sebagai metode pembayaran *online*.

Sampel Penelitian

Sampel merupakan komponen dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2016). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *sampling* dimana teknik ini terdapat dua kelompok yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling* (Sugiyono, 2018:80). Sampel pada pelaksanaan penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yang merupakan teknik untuk menentukan sampel yang digunakan pada penelitian kuantitatif dalam mempertimbangkan penelitian-penelitian yang di ambil (Sugiyono, 2016:85). Judul sampel penelitian ini adalah generasi milenial pada usia < 20 sampai 25 tahun yang menggunakan fitur Shopee Paylater sebagai metode pembayaran *online*.

Jenis Data

Data primer (*primary data*) adalah pengambilan objek data penelitian yang akan dilakukan secara individual atau perorangan sebagai sumber penelitian ini yang diperoleh langsung dari sumber aslinya. Jenis data penelitian ini diperoleh dari hasil tanggapan responden yang berupa

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

kuesioner yang berisi pernyataan tentang penggunaan media sosial, kemudahan dan kemanfaatan fitur Shopee Paylater terhadap perilaku konsumtif generasi milenial.

Sumber Data

Sumber data yang akan diambil pada penelitian ini yaitu menggunakan metode kuesioner, dengan menyebarkan pernyataan-pernyataan yang didistribusikan melalui media *online* seperti pada umumnya menggunakan Google Forms. Penelitian ini menggunakan skala Likert, yaitu pengukuran dengan menyatakan hasil responden setuju atau tidak setujunya pada pernyataan kuesioner. Hasil tingkat skala Likert ini menggunakan lima kriteria yang menggambarkan responden dari sangat setuju sampai menggambarkan sangat tidak setuju.

Jenis Penelitian

Menurut Riyanto & Hatmawan (2020) penelitian kuantitatif merupakan data penelitian yang berupa angka yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner, observasi dan dokumentasi secara langsung sehingga pengolahan data bisa dilakukan dengan analisis statistik. Berdasarkan penjelasan di atas, tujuan penelitian yang dilakukan ialah untuk melihat pengaruh kemudahan dan kemanfaatan fitur Shopee Paylater terhadap perilaku konsumtif generasi milenial.

Variabel Penelitian

Menurut Sugiono (2016) variabel penelitian merupakan sesuatu bentuk variasi yang dipilih oleh peneliti untuk dipelajari agar diperoleh sebuah informasi yang telah dikumpulkan, kemudian menjadikannya kesimpulan. Berdasarkan penjelasan di atas perlu diketahui ada terdapat dua variabel yang menggunakan penelitian ini, yang terdiri dari variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Variabel-variabel tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Menurut Sugiyono (2016) variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi perubahan yang bisa menjadi sebab sehingga dimunculkan oleh variabel dependen (terikat). Variabel independen (X) pada penelitian ini adalah:

- a. Kemudahan (X1)
- b. Kemanfaatan (X2)

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Menurut Sugiyono (2016) variabel terikat merupakan variabel yang dapat dipengaruhi sehingga bisa menjadi akibat, karena adanya keterkaitan dengan variabel independen (bebas). Dalam penelitian ini variabel dependen (Y) adalah fitur Shopee Paylater terhadap perilaku konsumsi generasi milenial.

Uji Validitas

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas Kemudahan Fitur Shopee Paylater (X1)

Item Pertanyaan	<i>Pearson Correlation</i>	Sig (2-tailed)	Keterangan
Kemudahan1	0,791	0,000	Valid
Kemudahan2	0,723	0,000	Valid
Kemudahan3	0,788	0,000	Valid
Kemudahan4	0,783	0,000	Valid
Kemudahan5	0,716	0,000	Valid
Kemudahan6	0,746	0,000	Valid
Kemudahan7	0,779	0,000	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan pada tabel 4.1, hasil dari uji validitas kemudahan fitur Shopee Paylater membuktikan bahwa nilai signifikansi $< 0,05$. Hal ini menjelaskan bahwa semua pertanyaan yang diuji untuk variabel kemudahan fitur Shopee Paylater dapat dinyatakan valid.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas Kemanfaatan Fitur Shopee Paylater (X2)

Item Pertanyaan	<i>Pearson Correlation</i>	Sig (2-tailed)	Keterangan
Kemanfaatan1	0,874	0,000	Valid
Kemanfaatan2	0,842	0,000	Valid
Kemanfaatan3	0,692	0,000	Valid
Kemanfaatan4	0,847	0,000	Valid
Kemanfaatan5	0,821	0,000	Valid
Kemanfaatan6	0,821	0,000	Valid
Kemanfaatan7	0,751	0,000	Valid
Kemanfaatan8	0,850	0,000	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.2, hasil uji validitas variabel kemanfaatan fitur Shopee Paylater menjelaskan bahwa nilai signifikansi $< 0,05$. Hal ini membuktikan bahwa semua pertanyaan yang diuji untuk variabel kemanfaatan fitur Shopee Paylater dapat dinyatakan valid.

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Perilaku Konsumtif Generasi Milenial (Y1)

Item Pertanyaan	<i>Pearson Correlation</i>	Sig (2-tailed)	Keterangan
PKGM1	0,477	0,000	Valid
PKGM2	0,459	0,000	Valid
PKGM3	0,626	0,000	Valid
PKGM4	0,405	0,000	Valid
PKGM5	0,762	0,000	Valid
PKGM6	0,808	0,000	Valid
PKGM7	0,851	0,000	Valid
PKGM8	0,834	0,000	Valid
PKGM9	0,902	0,000	Valid
PKGM10	0,888	0,000	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji pada tabel 4.3, menunjukkan bahwa variabel perilaku konsumtif generasi milenial dengan nilai yang signifikansi $< 0,05$. Hal ini menjelaskan bahwa semua pertanyaan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

yang digunakan untuk menguji variabel perilaku konsumtif generasi milenial dapat dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 4.4
Hasil Uji Reliabilitas

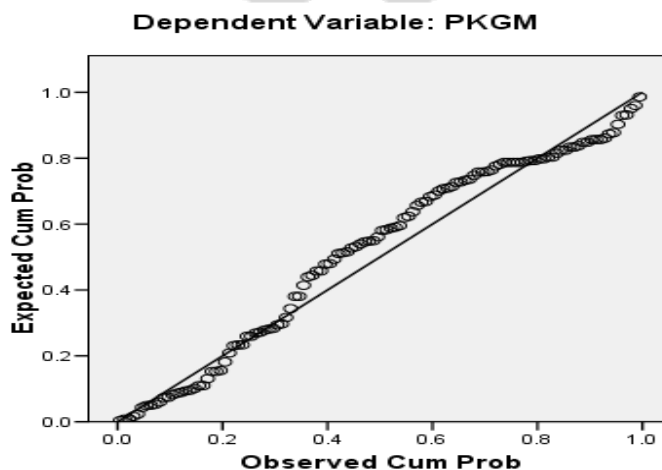
Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Ketentuan	Keterangan
Kemudahan Fitur Shopee Paylater	0,878	$\geq 0,6$	Reliabel
Kemanfaatan Fitur Shopee Paylater	0,927	$\geq 0,6$	Reliabel
Perilaku Konsumtif Generasi Milenial	0,897	$\geq 0,6$	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan pada tabel 4.4, menghasilkan uji reliabilitas pada semua variabel yang memiliki *Cronbach's Alpha* lebih besar dari nilai 0,6. Hal ini membuat variabel kemudahan fitur Shopee Paylater, kemanfaatan fitur Shopee Paylater dan perilaku konsumtif generasi milenial dengan menunjukkan bahwa jawaban dari responden dalam menjawab setiap pernyataan yang terdapat di dalam kuesioner bersifat stabil atau bisa dikatakan konsisten.

Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Sumber: Data primer, 2022

Gambar 4.5

Grafik Normal Probability Plot

Berdasarkan pada gambar di atas, grafik tersebut dilihat dengan pola garis titik-titik yang mendekati kemudian mengikuti arah pada garis diagonal. Hal tersebut membuktikan bahwa penelitian yang diuji dengan menggunakan *Normal Probability Plot* telah memenuhi syarat ketentuan dari asumsi normalitas dan berdistribusi normal.

Tabel 4.5
Hasil Uji Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	7,37555229
Most Extreme Differences	Absolute	,094
	Positive	,070
	Negative	-,094
Kolmogorov-Smirnov Z		1,031
Asymp. Sig. (2-tailed)		,238

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data primer, 2022

Berdasarkan hasil pada uji *Kolmogorov Smirnov* yaitu tingkat nilai signifikansi yang dapat diperoleh adalah 0,238. Hal tersebut menyimpulkan bahwa dengan adanya penelitian ini dapat dinyatakan berdistribusi normal, karena nilai 0,238 dinyatakan lebih besar daripada nilai 0,05.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Uji Multikolinearitas

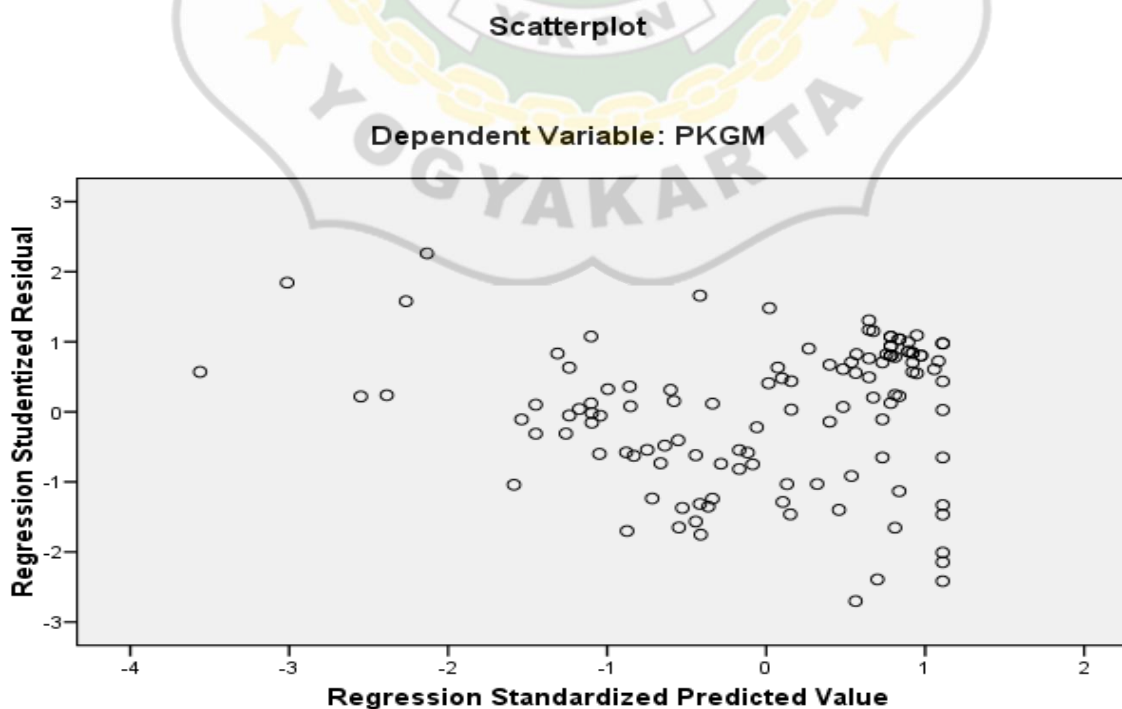
Tabel 4.6
Hasil Uji Multikolinearitas

<i>Collinearity Statistic</i>				
Variabel	Nilai Tolerance	Ketentuan	Nilai VIF	Ketentuan
Kemudahan Fitur Shopee Paylater	0,450	$\geq 0,10$	2,222	≤ 10
Kemanfaatan Fitur Shopee Paylater	0,450	$\geq 0,10$	2,222	≤ 10

Sumber: Data primer, 2022

Berdasarkan pada tabel 4.6, menunjukkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinearitas karena nilai pada setiap variabel bebas memiliki ketentuan nilai *tolerance* $\geq 0,10$ dan *VIF* ≤ 10 .

Uji Heteroskedastisitas



PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Sumber: Data primer, 2022

Gambar 4.6

Grafik Scatterplot

Berdasarkan pada grafik di atas, lingkaran-lingkaran kecil yang tersebar secara acak di mana-mana sehingga diketahui keberadaannya pada posisi di atas dan di bawah angka 0 (nol) dengan penyebaran data yang tidak tersusun (melebar, menyempit dan bergelombang). Hal ini menjelaskan bahwa penelitian dapat dinyatakan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

Uji F

Tabel 4.7
Hasil Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3330,871	2	1665,436	30,101	,000 ^a
	Residual	6473,454	117	55,329		
	Total	9804,325	119			

a. Predictors: (Constant), Kemanfaatan, Kemudahan

b. Dependent Variable: PKGM

Sumber: Data primer, 2022

Berdasarkan pada tabel 4.7, dengan ketentuan yang telah ditetapkan dalam uji F yaitu jika nilai signifikansi $\leq 0,05$, maka semua variabel independen dapat menunjukkan variabel dependen. Sedangkan, jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka semua variabel independen tidak dapat menunjukkan variabel dependen. Jadi, kesimpulan yang dapat di lihat dari tabel di atas bahwa variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.8
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,583 ^a	,340	,328	7,438

a. Predictors: (Constant), Kemanfaatan, Kemudahan

b. Dependent Variable: PKGM

Sumber: Data primer, 2022

Berdasarkan pada tabel di atas, hasil dari perhitungan nilai *Adjusted R Square* yang diperoleh sebesar 0,328. Hal tersebut menjadi 32,8% dari perilaku konsumtif generasi milenial (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel kemudahan (X_1) dan kemanfaatan (X_2). Sedangkan, sisanya sebesar 67,2% yang dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diujikan dalam penelitian ini.

Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda bertujuan untuk mengetahui analisis hipotesis tentang pengaruh kemudahan dan kemanfaatan fitur Shopee Paylater terhadap perilaku konsumtif generasi milenial. Berikut merupakan tabel hasil dari pengujian yang dilakukan dalam analisis regresi berganda:

Tabel 4.9
Hasil Uji Regresi Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	Nilai t	Signifikansi
Konstanta	8,943	1,786	0,077
Kemudahan Fitur Shopee Paylater	0,139	0,580	0,563
Kemanfaatan Fitur Shopee Paylater	0,724	4,760	0,000

Sumber: Data primer, 2022

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Berdasarkan pada tabel 4.9, persamaan regresi yang dietimasi adalah:

$$Y = 8,943 + 0,139X_1 + 0,724X_2 + e$$

Keterangan:

1. Konstanta sebesar 8,943.
2. Nilai koefisien regresi pada variabel kemudahan (X_1) bernilai positif sebesar 0,139.
3. Variabel kemudahan (X_2) yang memiliki koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,724.

Uji T

Tabel 4.10
Hasil Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,943	5,008		1,786	,077
	Kemudahan	,139	,240	,065	,580	,563
	Kemanfaatan	,724	,152	,533	4,760	,000

a. Dependent Variable: PKGM

Sumber: Data primer, 2022

Tabel 4.11
Hasil Uji T

Keterangan	Hipotesis	Nilai t	Sig	Hasil
H1	Kemudahan fitur Shopee Paylater berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif	0,580	0,563	H2 tidak didukung
H2	Kemanfaatan fitur Shopee Paylater berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif generasi milenial	4,760	0,000	H3 didukung

Sumber: Data primer, 2022

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Hasil Uji Hipotesis:

1. Pengaruh Kemudahan Fitur Shopee Paylater (X1) terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial (Y)

Variabel kemudahan fitur Shopee Paylater memiliki nilai signifikansi sebesar 0,563 lebih besar dari 0,05 ($0,563 > 0,05$). Hal ini membuat variabel kemudahan fitur Shopee Paylater menjadi berpengaruh tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial, sehingga hipotesis kedua tidak didukung.

2. Pengaruh Kemudahan Fitur Shopee Paylater (X2) terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial (Y)

Variabel kemanfaatan fitur Shopee Paylater memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 > 0,05$). Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel kemanfaatan fitur Shopee Paylater berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial, sehingga hipotesis ketiga didukung.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kemudahan fitur Shopee Paylater berpengaruh tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial. Hasil ini membuat pihak Shopee untuk memberikan layanan yang lebih menjamin agar menarik minat konsumen untuk menggunakan metode pembayaran *paylater*. Karena untuk membuat konsumen memutuskan menggunakan layanan tersebut selain dari faktor kemudahan saja tetapi beberapa faktor lainnya. Hal ini

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

menunjukkan bahwa tidak semua orang melakukan transaksi karena kemudahan dalam pembayaran *online* seperti pada fitur Shopee Paylater.

2. Kemanfaatan fitur Shopee Paylater berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial. Dengan kemanfaatan ini, seseorang dapat menunjukkan rasa kegunaan dari fitur yang diadakan oleh pihak Shopee. Aplikasi Shopee dengan fitur *paylater* yang dapat membantu konsumen dalam bertransaksi yang aman, membuat kebutuhan terpenuhi atas keterbatasan biaya dalam membeli, dan menyediakan beberapa transaksi selain *paylater* pada saat ingin membayar.

Saran

Berdasarkan hasil yang diperoleh, maka saran yang diberikan peneliti sebagai berikut:

1. Pihak Shopee diharapkan untuk bisa mengedukasi pengguna bahwa menggunakan *paylater* tidak membuat pengguna rugi karna akan takutnya transaksi yang dilakukan tidak aman dan bunga yang tinggi.
2. Para perilaku konsumtif khususnya remaja saat ini untuk bisa mengurangi rasa ingin yang lebih dalam berbelanja. Karena sifat boros ini membuat banyak kehilangan rasa cukup dalam menggunakan biaya kehidupan. Ada kebutuhan dahulu yang harus dipenuhi, rasa keinginan yang sementara hanya semata tidak akan merasa membuat siapapun merasa puas dalam menjalani kehidupan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyanti, A. I., & Pudjiharjo, M. (2015). Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, dan Kepercayaan terhadap minat menggunakan layanan *E-Money*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*.
- Adzkiya, A. (2018). Analisis Perilaku Konsumtif dan Faktor Pendorongnya (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Angkatan 2017). *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis*.
- Alfuni'mah, L. F., Firmasyah, R., Hamim, A. R., & Siagian, N. K. (2021). Analisis Hubungan Layanan Jasa *E-Commerce* Terhadap Sifat Konsumtif Mahasiswa. *Prosiding National Seminar On Accounting, Finance, and Economics (NSAFE), 1*.
- Algifari. 2017. *Analisis Regresi untuk Bisnis dan Ekonomi Edisi 3*. Yogyakarta: BPFYogyakarta.
- Ambarwati, T., Pratika, Y., Riyanto, D. W., & Salahudin. (2020). *Analysis of Pay Later Payment System on Online Shopping in Indonesia*. *Jurnal os Economics, Business, and Accountancy Ventura, 23, No 3, 329-339*.
- Amelia, V. H. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Fitur *Spaylater* pada Aplikasi Shopee dan Pengaruhnya terhadap Perilaku Konsumtif. *Dspace UII*.
- Anatasya, N. (2020). Pengaruh Penggunaan Fitur Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FISIP USU. *Repository USU*.
- Anggraini, M., Fitriani, & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Kelompok Referensi, Media Sosial, *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian pada Generasi Milenial. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, & Akuntansi, 6 (3), 1-8*.
- Ardhiani, L. N. (2015). Analisis Faktor-Faktor Penerimaan Penggunaan *Quipperschool.com* Dengan Menggunakan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB) Di SMA Negeri 7 Yogyakarta. *Jurnal Studi Pendidikan Teknik Informatika UNY, 1-93*.
- Asja, H. J., Fauzi, A., & Susanti, S. (2021). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Paylater: Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta (*The Influence of Perceived Usefullness, Ease of Use and Income on Interest in Using Paylater: A Case Study of People in DKI JAKARTA*). *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen (Jakman), 2, No 4, 309-325*.
- Azhar, Fadhila, F., & Marpaung, M. (2020). Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Produk dan Faktor Sosial terhadap Penggunaan Shopee Paylater. *Jurnal Bisnis Ekonomi Halal, 1, 20-30*.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Canestren, I. A., & Saputri, S. E. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Resiko terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater. *eProceedings of Management*, 8.
- Djumali, Galih, A., & Kustiyah, E. (2020). Keputusan Pembelian Secara *Online* Melalui Situs Jual Beli Shopee Ditinjau dari Kemudahan, Kepercayaan, dan Persepsi Resiko pada Mahasiswa UNIBA Surakarta. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 04, 62-69.
- Firmansyah, R., Mahanani, D., Pratiwi, A. S., & Rizqi, B. A. (2018). Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Akuntansi Universitas Negeri Malang Tahun 2018. *Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics (NSAFE)*, 1, No 8.
- Hadi, M., Nikmah, F., & Sukma, E. A. (2019). Pengaruh *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Trust* terhadap Intensi Pengguna Instagram. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*.
- Ilham, K. (2020). Pengaruh Kompensasi, Kepemimpinan, dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Pegawai (Studi Kasus pada PT. Pegadaian (PERSERO) Cabang Makassar. *Journal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi STIE Wira Bhakti Makassar Internasional*.
- Jayani, D. H. (2020, 9 21). *Peta Persaingan E-Commerce Indonesia pada Kuartal II-2020*. Retrieved from databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/21/peta-persaingan-e-commerce-indonesia-pada-kuartal-ii-2020>
- Juniari, I. A., Paramartha, I. N., & Permana, G. P. (2020). Analisis Penggunaan Aplikasi E-Ticketing Bioskop (M-Tix) dengan Dimensi Penerimaan Teknologi. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*.
- Krinawati, E. D. (2021). Shopee Sebagai Media Sosial Marketing. *Repository UNTAG*, 5-13.
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, & Herlina, D. (2017). Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja. *Jurnal Riset Tindakan Indonesia*.
- Mansyur, U. (2018). Belajar Memahami Bahasa Generasi Milenial. doi:<https://doi.org/10.31227/osf.io/sxhp8>
- Mardika, D. I. (2017). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 62-93.
- Mustomi, D., & Puspasari, A. (2020). Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Penelitian*, 4, No 1, 133-147.
- Neti, U., Syahrudin, H., & Ulfah, M. (2020). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Tanjungpura. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 9, No 9, 1-8.
- Putri, F. A. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman *Online* Shopee Paylater. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8, 818-828.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Rahman, T., & Solikhah, S. (2016). Analisis Pengaruh Rotasi Kerja, Motivasi Kerja dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan di Lembaga Keuangan Mikro Syariah . *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* .

Sari, N. (2020). Analisis Perilaku Siswa Zaman Milenial. *Jurnal Repository Unisma*.

Sukma, E. A. (2019). *Technology Acceptance Model (TAM) dan Sikap Penggunaan Media Sosial (Studi pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Polinema)*. *Jurnal Administrasi dan Bisnis*, 12, No 1, 16-25.

Yosepha, S. Y. (2021). Determinan Penggunaan Media Sosial, Kreativitas dan Pelatihan terhadap Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Coffe Shop di Kota Bekasi. *Jurnal Manajemen*.

