

UNITRI Press

LIDIA MONIKA

 Asesor-4

Document Details

Submission ID

trn:oid::3117:617901414

Submission Date

Aug 28, 2026, 11:45 AM GMT+7

Download Date

Aug 28, 2026, 11:50 AM GMT+7

File Name

LIDIA MONIKA.docx

File Size

80.1 KB

9 Pages

1,539 Words

11,060 Characters

14% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Top Sources

- 7%  Internet sources
- 4%  Publications
- 13%  Submitted works (Student Papers)



Top Sources

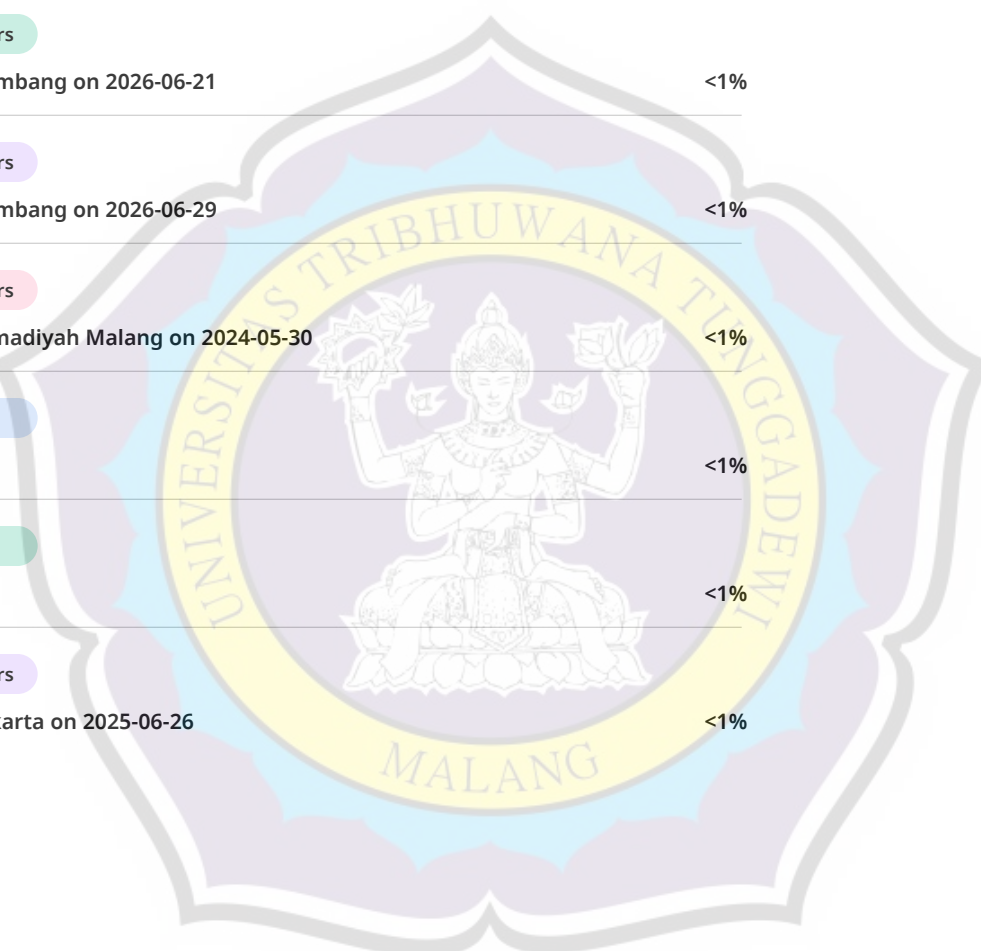
7%	Internet sources
4%	Publications
13%	Submitted works (Student Papers)

Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	Student papers	Universitas Negeri Jakarta on 2026-01-02	1%
2	Student papers	Universitas Hayam Wuruk Perbanas on 2026-02-05	1%
3	Internet	rinjani.unitri.ac.id	1%
4	Student papers	IAIN Purwokerto on 2026-06-24	<1%
5	Student papers	Universitas Negeri Jakarta on 2026-01-04	<1%
6	Internet	journal.cannity.id	<1%
7	Internet	lsme.feb.ub.ac.id	<1%
8	Student papers	IAIN Purwokerto on 2025-07-03	<1%
9	Publication	Murteza, Yusfa Hidayatul. "Pengaruh Hedonic Attitude, Utilitarian Motivation da...	<1%
10	Student papers	State Islamic University of Alauddin Makassar on 2021-10-23	<1%
11	Internet	es.scribd.com	<1%

12	Internet	ojs.unimal.ac.id	<1%
13	Internet	shariajournal.com	<1%
14	Student papers	Universitas Negeri Jakarta on 2025-06-27	<1%
15	Student papers	Universitas PGRI Palembang on 2026-06-21	<1%
16	Student papers	Universitas PGRI Palembang on 2026-06-29	<1%
17	Student papers	University of Muhammadiyah Malang on 2024-05-30	<1%
18	Internet	www.coursehero.com	<1%
19	Internet	www.scribd.com	<1%
20	Student papers	Universitas Negeri Jakarta on 2025-06-26	<1%



**ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN ATRIBUT FASILITAS *SHOPEE*
PAYLATTER TERHADAP PERILAKU *IMPULSE BUYING* PADA
MAHASISWA/I UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI
MALANG**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



OLEH:

**LIDIA MONIKA
2022120192**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI
MALANG
2026**

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana fitur-fitur Shopee PayLater memengaruhi perilaku pembelian impulsif mahasiswa. Shopee PayLater menyederhanakan proses pembelian dengan menyediakan pilihan pembayaran yang fleksibel melalui mekanisme "beli sekarang, bayar nanti". Berkat kemudahan ini, mahasiswa dapat membeli barang yang diinginkan tanpa harus membayarnya secara langsung. Ketersediaan metode pembayaran yang lebih fleksibel dan mudah dikelola ini dapat memengaruhi keputusan pembelian mahasiswa. Fitur-fitur yang ditawarkan dapat mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian yang didasari oleh dorongan sesaat. Ketika proses pembelian menjadi lebih mudah, kebutuhan nyata dan kemampuan finansial mungkin terabaikan, sehingga mahasiswa cenderung lebih sering melakukan pembelian impulsif. Penggunaan Shopee PayLater memudahkan mahasiswa dalam memenuhi keinginan berbelanja sekaligus memberikan keleluasaan dalam menentukan waktu pembayaran. Oleh karena itu, kemudahan transaksi dan fleksibilitas pembayaran merupakan variabel penting yang memengaruhi perilaku belanja mahasiswa saat menggunakan Shopee PayLater.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Shopee PayLater berdampak positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif mahasiswa. Mahasiswa yang lebih sering menggunakan Shopee PayLater cenderung melakukan pembelian impulsif yang tidak direncanakan sebelumnya. Temuan ini mengindikasikan bahwa fitur yang mudah diakses, akses pembiayaan yang praktis, serta pilihan pembayaran yang fleksibel dapat mendorong perilaku pembelian impulsif. Semakin sering Shopee PayLater digunakan, mahasiswa cenderung lebih mengutamakan dorongan impulsif dibandingkan perencanaan yang matang dalam melakukan pembelian. Kemudahan memperoleh barang dan menunda pembayaran dapat memicu pembelian barang yang sebelumnya tidak dianggap sebagai kebutuhan mendesak. Hal ini menggambarkan bagaimana penggunaan Shopee PayLater memengaruhi keputusan pembelian mahasiswa sekaligus menyederhanakan proses transaksi. Dengan demikian, penggunaan fitur Shopee PayLater menjadi salah satu faktor yang dapat mendorong perilaku pembelian impulsif di kalangan mahasiswa. Temuan ini menegaskan pentingnya mempertimbangkan kebutuhan dan kondisi keuangan sebelum menyelesaikan transaksi.

Kata kunci: Shopee PayLater, atribut fasilitas, *impulse buying*, mahasiswa.

18

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Belanja secara tidak langsung melalui *e-commerce* telah menggantikan transaksi tatap muka sebagai dampak dari perkembangan teknologi dan internet secara global. Perilaku konsumen telah berubah akibat perkembangan teknologi digital dan *e-commerce*, khususnya di kalangan generasi muda. Selain kemudahan akses, beragam pilihan produk, dan diskon, platform seperti Shopee juga menyediakan opsi pembayaran seperti Shopee PayLater yang memungkinkan pelanggan melakukan pembelian tanpa harus membayar seketika. Kemudahan ini dapat mendorong pembelian impulsif yaitu pembelian yang dilakukan secara spontan tanpa perencanaan sebelumnya serta mengurangi hambatan finansial saat bertransaksi. Mengingat tingginya keterlibatan mereka dalam aktivitas daring dan *e-commerce*, mahasiswa yang merupakan kelompok produktif sekaligus pengguna aktif teknologi digital sering memanfaatkan layanan ini; namun, mereka kerap tidak memiliki sumber penghasilan yang stabil maupun keterampilan pengelolaan keuangan yang matang. Kendati demikian, sebagian konsumen enggan berbelanja secara daring terlepas dari berbagai kemudahan yang ditawarkan, antara lain karena adanya risiko penipuan terkait metode pembayaran atau kualitas produk (Fakri, 2016).

Shopee telah berkembang menjadi salah satu situs *e-commerce* paling populer karena menyediakan beragam pilihan barang dengan harga terjangkau, serta berbagai penawaran diskon dan opsi gratis ongkos kirim (Anatasya, 2020).

Menurut penelitian Ipsos yang dilakukan pada kuartal keempat tahun 2021, tingginya penggunaan Shopee didorong oleh besarnya minat konsumen terhadap acara Hari Belanja Online Nasional serta tingkat pengenalan mereka terhadap situs tersebut. Konsumen terdorong untuk membuat daftar barang yang ingin dibeli karena adanya berbagai penawaran harga menarik selama periode ini. Shopee mencatatkan 60% dari total transaksi pada puncak perayaan Hari Belanja Online Nasional, dibandingkan dengan 26% untuk Tokopedia dan 11% untuk Lazada (Darmawan, 2022).

PayLater adalah layanan pembayaran yang cara kerjanya mirip dengan kartu kredit, namun biasanya memiliki prosedur pendaftaran yang lebih sederhana. Pelanggan dapat dengan mudah memenuhi berbagai kebutuhan menggunakan fitur ini, mulai dari kebutuhan sehari-hari hingga pembelian terkait hiburan seperti tiket pesawat, reservasi hotel, dan tiket untuk aktivitas rekreasi. Pembayaran dilakukan sesuai dengan batas waktu yang telah ditentukan. Untuk menghadirkan opsi pembayaran ini, perusahaan teknologi finansial pertama kali meluncurkan layanan PayLater melalui kerja sama dengan platform e-commerce. Berkat kerja sama dengan PT Dana Pasar Pinjaman, Traveloka menjadi salah satu peritel daring pertama di Indonesia yang menyediakan layanan PayLater. Seiring dengan perkembangan industri, kesadaran dan penerimaan konsumen terhadap PayLater pun meningkat setelah platform e-commerce lainnya turut mengadopsi layanan serupa sebagai opsi pembayaran (Sari, 2020).

Pertumbuhan jumlah pengguna yang konsisten dari waktu ke waktu menunjukkan antusiasme masyarakat terhadap layanan PayLater. Berdasarkan

survei yang dilakukan oleh *Research Institute of Socio-Economic Development (RISED)*, 92% responden menyatakan bahwa layanan PayLater bermanfaat dalam mengendalikan pengeluaran dan arus keuangan. Selain itu, penggunaan PayLater juga meningkat; pelanggan dengan kategori penggunaan "sangat sering" mencatat kenaikan sebesar 22,52%, sementara pengguna kategori "sering" mencatat kenaikan sebesar 7,2% (Maryam dkk., 2024).

Shopee PayLater merupakan salah satu layanan PayLater yang paling populer di kalangan pelanggan. Menurut survei DailySocial tahun 2021, angka pengguna Shopee PayLater mencapai 78,4% (Annur, 2022). Berkat tersedianya berbagai metode pembayaran, layanan ini membuat transaksi daring menjadi lebih praktis bagi pelanggan. Kemudahan tersebut dapat memengaruhi kebiasaan konsumsi pengguna, khususnya dalam hal belanja daring. Selain itu, pelanggan bisa menjadi lebih konsumtif akibat semakin mudahnya penggunaan layanan PayLater (Giswandhani & Hilmi, 2020).

Menurut Utami (2018), pembelian impulsif ditandai dengan adanya keinginan mendadak untuk melakukan pembelian tanpa persiapan atau pertimbangan sebelumnya mengenai kemungkinan dampak dari pilihan tersebut. Berdasarkan survei yang dilakukan pada paruh pertama tahun 2021 dan dipublikasikan oleh Trenasia, sebagian besar pengguna Shopee yaitu 24% dari total pengguna berada dalam rentang usia 20–24 tahun. Mahasiswa merupakan bagian signifikan dari basis pelanggan Shopee karena sebagian besar individu dalam rentang usia ini sedang menempuh pendidikan tinggi (Dianka, 2021). Menurut

Kemendikbud (2020), mahasiswa diklasifikasikan berada dalam rentang usia 18 hingga 24 tahun, dengan mayoritas berada dalam kelompok usia 18–30 tahun.

Pembeli impulsif sering kali tidak mempertimbangkan merek atau barang tertentu sebelum menyelesaikan pembelian. Ketertarikan seketika terhadap suatu produk dapat memicu keputusan impulsif untuk membeli (Andriany & Arda, 2019). Bergantung pada situasi dan keinginan konsumen selama proses pembelian, pembelian impulsif dapat terjadi secara sengaja maupun tidak sengaja (Hajar dkk., 2019). Namun, tidak semua konsumen menganggap pembelian yang terburu-buru sebagai hal yang buruk atau merugikan. Saat membeli barang yang sebenarnya tidak diperlukan, sebagian konsumen memandangnya sebagai sumber kesenangan, hiburan, imajinasi, atau kepuasan sesaat. Menurut Hajar dkk. (2017), perilaku semacam itu dapat dipandang sebagai bentuk spontanitas dalam berbelanja, yaitu tindakan yang dilakukan demi memperoleh pengalaman yang menyenangkan tanpa banyak pertimbangan.

Mengingat fenomena ini, diperlukan penelitian untuk mengkaji hubungan antara perilaku pembelian impulsif mahasiswa (variabel terkait) dan penggunaan Shopee PayLater (variabel independen). Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan lebih lanjut mengenai penggunaan Shopee PayLater dan perilaku konsumen di kalangan generasi muda, serta menjadi landasan bagi pihak-pihak terkait untuk meningkatkan pemahaman mahasiswa mengenai penggunaan layanan pembayaran yang bijak dan pengelolaan keuangan.

Salah satu kelompok konsumen muda yang aktif menggunakan e-commerce untuk memenuhi berbagai kebutuhan dan keinginan adalah mahasiswa. Saat

20 menggunakan Shopee PayLater, mahasiswa berisiko melakukan pembelian impulsif. Keputusan pembelian mahasiswa dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti paparan iklan digital, perubahan gaya hidup, dan aktivitas akademik. Kemudahan pembayaran yang ditawarkan Shopee PayLater, ditambah dengan fasilitas gratis ongkos kirim, diskon, dan penawaran terbatas waktu, dapat meningkatkan godaan untuk melakukan pembelian impulsif. Kondisi ini dapat mendorong mahasiswa untuk membeli barang melebihi kebutuhan sebenarnya, yang pada gilirannya dapat memengaruhi kebiasaan konsumsi serta pengelolaan keuangan pribadi mereka. Oleh karena itu, penelitian mengenai dampak penggunaan Shopee PayLater terhadap perilaku pembelian impulsif mahasiswa perlu dilakukan untuk memahami hubungan antara keduanya serta memberikan wawasan yang dapat membantu mahasiswa menggunakan layanan pembayaran tersebut secara bijak.

16 Shopee dipilih sebagai topik penelitian karena memiliki keterkaitan erat dengan fenomena yang sedang dikaji. Platform ini merupakan salah satu situs e-commerce paling populer di Indonesia, khususnya di kalangan anak muda dan mahasiswa yang terbiasa berbelanja secara daring. Selain menyediakan beragam pilihan produk, Shopee menawarkan layanan "Shopee PayLater" yang memungkinkan pelanggan melakukan pembelian tanpa harus membayar secara langsung. Di samping itu, berbagai fitur promosi dalam aplikasi Shopee seperti diskon, gratis ongkos kirim, dan penawaran terbatas berhasil menarik minat pelanggan serta mendorong perilaku belanja impulsif. Karakteristik-karakteristik tersebut menjadikan Shopee topik yang relevan untuk meneliti bagaimana

penggunaan Shopee PayLater memengaruhi perilaku belanja impulsif di kalangan mahasiswa.

1.2. Rumusan Masalah

Apakah perilaku pembelian impulsif mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang mengalami perubahan yang signifikan akibat penggunaan Shopee PayLater?

1.3. Tujuan Penelitian

Menilai sejauh mana penggunaan Shopee PayLater oleh mahasiswa memengaruhi kecenderungan mereka untuk melakukan pembelian impulsif.

1.4. Manfaat Penelitian

A. Manfaat Teoretis

- 1) Membantu penyelidikan mengenai bagaimana Shopee PayLater memengaruhi kebiasaan belanja mahasiswa.
- 2) Memberikan bukti adanya hubungan antara pembelian impulsif dan penggunaan metode pembayaran modern.

B. Manfaat Praktis

1. Bagi Mahasiswa, memberikan wawasan mengenai bagaimana Shopee PayLater memengaruhi perilaku konsumen.
2. Bagi Universitas, sebagai panduan untuk meningkatkan pendidikan pengelolaan keuangan bagi mahasiswa.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya, sebagai sumber informasi untuk penelitian mengenai teknologi keuangan dan perilaku konsumen.

1.5. Ruang Lingkup Penelitian

Hanya mahasiswa aktif yang pernah menggunakan atau mengetahui Shopee PayLater yang memenuhi syarat untuk berpartisipasi dalam survei ini. Penelitian ini menetapkan perilaku pembelian impulsif sebagai variabel terikat yang mencakup pembelian yang tidak direncanakan, frekuensi pembelian spontan, dan penyesalan pasca pembelian serta memusatkan perhatian pada penggunaan Shopee PayLater sebagai variabel bebas, yang meliputi frekuensi, durasi, dan intensitas transaksi, serta persepsi mengenai kemudahan penggunaan dan manfaatnya. Metode kuantitatif yang menggunakan kuesioner dan analisis regresi linear sederhana diterapkan untuk mengumpulkan data dalam kurun waktu tertentu di lingkungan kampus. Penelitian ini tidak membahas secara mendalam mengenai aspek psikologis, regulasi Shopee PayLater, ataupun data transaksi internal yang bersifat rahasia.