

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

Lidia Monika

Elly Lestari², Warter Agustim³

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana

Tunggadewi Malang

Email:lidiamonikaa08@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh penggunaan Shopee PayLater terhadap perilaku impulse buying pada mahasiswa/i Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang sebanyak 5.900 orang. Sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh 86 responden yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Namun dalam pelaksanaannya, data berhasil dikumpulkan dari 90 responden. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan skala Likert dan dianalisis menggunakan regresi linier sederhana dengan bantuan SPSS Versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Shopee PayLater berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku impulse buying ($t_{hitung} = 8,457 > t_{tabel} = 1,987$; sig. $0,000 < 0,05$) dengan koefisien determinasi sebesar 44,8%. Temuan ini mengkonfirmasi bahwa kemudahan pembayaran berbasis Buy Now Pay Later (BNPL) secara signifikan melemahkan kontrol diri konsumen dan mendorong perilaku pembelian spontan yang tidak terencana.

Kata Kunci: Shopee Paylater, Impulse Buying, E-Commerce.

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

Lidia Monika

Elly Lestari², Warter Agustim³

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana
Tunggadewi Malang

Email:lidiamonikaa08@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of shopee paylater usage on impulse buying behavior among students at Tribhuwana Tunggadewi University in Malang. This study employs a quantitative approach. The population for this study consists of 5,900 active students at Tribhuwana Tunggadewi University in Malang. The sample was determined using the Slovin formula with a 10% margin of error, resulting in 86 respondents selected through purposive sampling. However, in practice, data was successfully collected from 90 respondents. Data was collected using a questionnaire with a Likert scale and analyzed using simple linear regression with the aid of SPSS Version 26. The results of the study indicate that the use of shopee paylater has a positive and significant effect on impulse buying behavior ($t\text{-calculated} = 8.457 > t\text{-table} = 1.987$; sig. $0.000 < 0.05$) with a coefficient of determination of 44.8%. This finding confirms that the convenience of Buy Now Pay Later (BNPL)-based payments significantly weakens consumers' self-control and encourages unplanned, spontaneous purchasing behavior.

Keywords: Shopee Paylater, Impulse Buying, E-Commerce