

**PENGARUH PENGGUNAAN PAYLATER DAN GAYA HIDUP TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN
ANGKATAN 2021-2024 UNIVERSITAS PANDANARAN SEMARANG**

Firda Nisafera Ulfa¹
firdanisaf06@gmail.com¹

Dina Dayamayanti²
DinaDSenadi@ymail.com²

Firmansyah³
firmansyah@unpand.ac.id³

^{1,2,3}Universitas Pandanaran Semarang

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of paylater use and lifestyle on the consumer behavior of undergraduate students in the Management Study Program, intake 2021–2024, at the Pandanaran University of Semarang. This study is quantitative with an associative approach. Data collection was conducted by distributing questionnaires to 85 respondents selected using a purposive sampling method. Data analysis used validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, hypothesis testing (t-test), and coefficient of determination (Adjusted R²) using SPSS version 29.2. The results showed that the research instrument was valid and reliable, thus suitable for use. The classical assumption test proved that the data were normally distributed, showed no signs of multicollinearity, and did not exhibit heteroscedasticity. The regression analysis showed that paylater had a positive and significant effect on consumer behavior, with a coefficient of 0.928. Meanwhile, lifestyle had a significant and negative effect on consumer behavior, with a coefficient of -0.393. Hypothesis testing proved that paylater had a significant positive influence on consumer behavior, while lifestyle did not align with the initial hypothesis, showing a significant but negative influence. The coefficient of determination (Adjusted R²) of 0.642, or 64.2%, indicates that student consumer behavior can be explained by paylater and lifestyle variables, while the remaining 35.8% is influenced by other factors outside this study. Thus, it can be concluded that paylater is the dominant factor influencing student consumer behavior, while lifestyle has a significant influence but in a direction different from the initial hypothesis.

Keywords: *Paylater, Lifestyle, Consumer Behavior, Students*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan *paylater* dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi S1 Manajemen Angkatan 2021–2024 Universitas Pandanaran Semarang. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 85 responden yang dipilih menggunakan metode *purposive sampling*. Analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis (*t-test*), serta uji koefisien determinasi (Adjusted R²) dengan bantuan SPSS versi 29.2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa instrumen penelitian valid dan reliabel sehingga layak digunakan. Uji asumsi klasik membuktikan data berdistribusi normal, tidak terdapat gejala multikolinearitas, dan tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa variabel *paylater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai koefisien sebesar 0.928. Sementara itu, variabel gaya hidup berpengaruh signifikan dengan arah negatif terhadap perilaku konsumtif dengan koefisien sebesar -0.393. Uji hipotesis membuktikan bahwa *paylater* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif, sedangkan gaya hidup tidak sesuai dengan hipotesis awal karena menunjukkan pengaruh signifikan namun dengan arah negatif. Koefisien determinasi (Adjusted R²) sebesar 0.642 atau 64,2% menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa dapat dijelaskan oleh variabel *paylater* dan gaya hidup, sementara sisanya 35,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *paylater* menjadi faktor dominan yang memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, sedangkan gaya hidup memberikan pengaruh signifikan namun dengan arah yang berbeda dari hipotesis awal.

Kata Kunci: Paylater, Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif, Mahasiswa

PENDAHULUAN

Dalam era digital yang berkembang pesat, kehadiran teknologi finansial (*fintech*) telah merevolusi cara masyarakat mengelola keuangan dan bertransaksi. Salah satu inovasi yang paling menonjol dalam sektor ini adalah fitur *buy now, paylater* atau yang lebih dikenal dengan *paylater*. Layanan ini

memberikan kemudahan bagi konsumen untuk membeli barang dan jasa terlebih dahulu dan membayarnya di kemudian hari, baik dengan sistem cicilan maupun pembayaran penuh pada waktu yang telah ditentukan. Fenomena ini menjadi sangat populer, terutama di kalangan generasi muda

yang memiliki ketertarikan tinggi terhadap gaya hidup instan dan kemudahan digital. Generasi Z, yang merupakan kelompok usia kelahiran antara tahun 1997 hingga 2012, termasuk segmen populasi yang paling aktif menggunakan teknologi digital dan media sosial. Mereka tumbuh dalam lingkungan yang serba cepat dan digitalisasi menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2023, Generasi Z mendominasi struktur penduduk Indonesia sebesar 27,94%, menjadikan mereka sebagai generasi dengan potensi ekonomi yang besar, termasuk sebagai target utama berbagai layanan digital, termasuk *paylater*. Di Kota Semarang, sebagai salah satu kota metropolitan di Jawa Tengah, penggunaan layanan digital di kalangan generasi muda juga meningkat secara signifikan, mengikuti tren nasional.

Layanan *paylater* telah menjadi alternatif pembayaran yang tidak hanya memudahkan transaksi, tetapi juga berpotensi mendorong konsumsi yang berlebihan jika tidak diiringi dengan kontrol dan literasi keuangan yang memadai. Fenomena ini menimbulkan kekhawatiran terhadap pola perilaku konsumtif di kalangan Generasi Z, yang kerap kali membeli barang berdasarkan keinginan emosional dan tekanan gaya hidup, bukan atas dasar kebutuhan. Gaya hidup yang konsumtif ini didorong oleh banyak faktor, seperti pengaruh media sosial, tren fashion,

kebutuhan eksistensi di dunia digital, serta tekanan sosial dari lingkungan sekitarnya. Sejumlah penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara penggunaan layanan *paylater* dan perilaku konsumtif. Rosyada (2024) dalam penelitiannya terhadap Generasi Z Muslim di Kota Pekalongan menemukan bahwa kemudahan layanan *paylater*, gaya hidup, dan kepercayaan terhadap layanan tersebut berkontribusi besar terhadap meningkatnya perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa pola konsumsi yang berlebihan bukan hanya disebabkan oleh akses terhadap fasilitas keuangan, tetapi juga oleh gaya hidup yang mengikuti tren dan kurangnya manajemen keuangan pribadi.

Sementara itu, Salsabila et al. (2024) menyoroiti bahwa rendahnya literasi keuangan serta gaya hidup hedonis merupakan kombinasi yang memperkuat kecenderungan konsumtif di kalangan Generasi Z. Mereka menyimpulkan bahwa peningkatan pengetahuan keuangan harus diiringi dengan pendekatan untuk mengubah gaya hidup agar perilaku konsumtif dapat diminimalkan. Di sisi lain, penelitian Pratiwi et al. (2024) yang dilakukan di Kota Semarang mengungkapkan bahwa paparan media sosial dan gaya hidup hedonisme berpengaruh positif terhadap konsumsi berlebih pada karyawan muda, yang karakternya cenderung mirip dengan

Generasi Z, terutama dalam hal keterikatan pada tren dan kebutuhan aktualisasi diri. Namun demikian, tidak semua penelitian sepakat bahwa layanan *paylater* secara langsung memicu perilaku konsumtif. Studi Girsang dan Dewi (2025) menunjukkan bahwa penggunaan Shopee PayLater tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, sementara gaya hidup justru menjadi faktor dominan. Perbedaan temuan ini mengindikasikan bahwa masih terdapat gap dalam pemahaman mengenai interaksi antara variabel-variabel tersebut, sehingga diperlukan penelitian yang lebih mendalam dan kontekstual, terutama pada populasi Generasi Z di wilayah perkotaan seperti Semarang.

TINJAUAN PUSTAKA

Paylater

Paylater merupakan metode pembayaran yang dipromosikan berbagai *start-up* yang bertujuan untuk memberikan kemudahan konsumen dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari (Aristanti, 2020). Menurut Novendra & Aulianisa (2020) *paylater* merupakan layanan pinjaman *online* bukan berbentuk kartu kredit yang digunakan oleh konsumen untuk melakukan transaksi pembayaran produk dikemudian hari dengan sistem cicilan atau sekali bayar. Variabel penggunaan *paylater* dapat diukur melalui empat indikator menurut Sari (2021) sebagai berikut:

1. Persepsi kemudahan
Tindakan individu yang memiliki kepercayaan dalam penggunaan sebuah teknologi tertentu dengan tujuannya mengurangi usaha. Pada dimensi ini menentukan sejauh mana individu dalam mengaplikasikan *paylater* secara mudah dan sederhana dalam penggunaannya.
2. Persepsi kemanfaatan
Tindakan kepercayaan individu terhadap penggunaan suatu teknologi yang akan meningkatkan performa pekerjaan. Dalam hal ini individu cenderung akan memanfaatkan *paylater* dalam melakukan transaksi *online*.
3. Persepsi penggunaan
Suatu keinginan individu dalam menggunakan teknologi. Bersangkutan dengan sikap dan perhatian individu terkait sebuah teknologi dapat merepresentasikan tingkat penggunaan teknologi bagi individu.
4. Sikap dalam penggunaan yang sebenarnya
Sikap ini diukur dari frekuensi dan durasi waktu individu dalam menggunakan teknologi. Pada penggunaan *paylater* disini bila individu cenderung sering menggunakan dan merasakan manfaat dari layanan pinjaman *online* tersebut maka akan

menimbulkan rasa puas dalam diri individu.

pendidikan, ekonomi, produk, budaya dan masa depan.

Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, terutama di kalangan Generasi Z yang cenderung mengikuti tren dan memiliki keinginan untuk aktualisasi diri melalui konsumsi. Salsabila et al. (2024) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa gaya hidup hedonis dan materialistik memperkuat kecenderungan perilaku konsumtif di kalangan Generasi Z. Rendahnya literasi keuangan juga berkontribusi terhadap peningkatan perilaku konsumtif. Rosyada (2024) menambahkan bahwa gaya hidup, kemudahan, dan kepercayaan terhadap layanan *paylater* secara signifikan mempengaruhi perilaku konsumtif Generasi Z Muslim pengguna SPayLater di Kota Pekalongan. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki peran penting dalam mendorong perilaku konsumtif. Menurut Minarti, (2020), indikator gaya hidup terdiri dari 3 (tiga) faktor yaitu:

1. Aktivitas, seperti hobi, bekerja, hiburan, peristiwa sosial, liburan, komunitas, keanggotaan klub, olahraga, belanja.
2. *Interes*, faktor pribadi yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan.
3. Pendapat, yaitu diri sendiri, politik, bisnis, masalah sosial,

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merujuk pada kecenderungan individu dalam membeli dan menggunakan barang atau jasa yang melebihi kebutuhan pokok. Konsumsi ini lebih banyak dipicu oleh keinginan, dorongan emosional, dan pengaruh sosial daripada kebutuhan nyata. Seseorang yang memiliki perilaku konsumtif umumnya terdorong untuk membeli sesuatu demi mengikuti gaya hidup, memperoleh pengakuan, atau karena pengaruh dari lingkungan sekitar. Fenomena ini kian terlihat di kalangan masyarakat modern, khususnya pada generasi muda seperti pelajar dan mahasiswa. Ardiansyah dan Rachmawati (2020) menyatakan bahwa perilaku konsumtif ditunjukkan melalui tindakan pembelian yang cenderung tidak berdasarkan pertimbangan logis atau perencanaan, melainkan dilakukan secara spontan atau impulsif. Keputusan untuk membeli barang atau jasa sering kali dipengaruhi oleh faktor emosional, tren yang sedang berkembang, atau keinginan untuk menyesuaikan diri dengan orang lain. Selain itu, pengaruh media sosial dan iklan juga menjadi faktor dominan dalam mendorong munculnya perilaku konsumtif.

Mereka yang menjalani gaya hidup konsumtif biasanya memandang barang yang dibeli bukan hanya sebagai

alat pemenuhan kebutuhan, tetapi juga sebagai simbol status atau pencitraan diri. Fenomena ini dikenal dengan istilah *prestige buying*, yakni perilaku membeli barang tertentu dengan tujuan untuk meningkatkan status sosial atau mendapatkan pengakuan dari lingkungan. Dalam hal ini, konsumsi lebih berfungsi sebagai media untuk menunjukkan identitas dan eksistensi sosial seseorang. Adapun indikator perilaku konsumtif menurut Lestarina et al. (2017) menyebutkan bahwa perilaku konsumtif memiliki beberapa indikator, sebagai berikut:

1. Pembelian impulsif
Aspek dalam diri seorang yang menunjukkan perilaku berlebihan dalam membeli sebuah produk hanya karena hasrat keinginan semata, tanpa mempertimbangkan dan memikirkan dampak selanjutnya serta bersifat emosional.
2. Pemborosan
Perilaku ini cenderung menghambur-hamburkan uang tanpa didasari oleh kebutuhan yang jelas.
3. Mencari kesenangan
Perilaku yang hanya bertujuan untuk mendapatkan kesenangan. Hal ini dilatar belakangi oleh sifat seseorang yang hanya merasa senang jika memakai barang branded yang membuat dirinya menjadi *trendy*.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif digunakan untuk melihat apakah gaya hidup dan adanya fitur paylater berpengaruh terhadap perilaku konsumtif bagi Mahasiswa Program Studi S1 Manajemen Angkatan 2021-2024 Universitas Pandanaran Semarang. Dalam penelitian ini menggunakan jenis data primer, yaitu data yang diperoleh dari penyebaran angket melalui google form. Data tersebut diperoleh dari penyebaran kuesioner online melalui social media instagram dan whatsapp (John W. Creswell, 2018).

Kuisisioner penelitian menggunakan skala likert dengan format skala disediakan dalam 1 sampai 5 pilihan, dengan gradasi dari sangat tidak setuju, tidak setuju, cukup setuju, setuju, dan sangat setuju sekali. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Program Studi S1 Manajemen Angkatan 2021-2024 Universitas Pandanaran Semarang. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Solvin minimal berjumlah 85 responden. Dalam penleitian ini teknik yang digunakan untuk menarik sampel menggunakan teknik purposive sampling. Variabel independen dalam penelitian ini adalah gaya hidup dan fitur paylater. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah perilaku konsumtif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Hasil Uji Validitas

No	Variabel dan Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
1	X1.1	0.753	0.2133	Valid
2	X1.2	0.733		Valid
3	X1.3	0.733		Valid
4	X1.4	0.763		Valid
1	X2.1	0.749	0.2133	Valid
2	X2.2	0.768		Valid
3	X2.3	0.759		Valid
1	X3.1	0.825	0.2133	Valid
2	X3.2	0.792		Valid
3	X3.3	0.827		Valid

Sumber: data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji validitas maka dapat di ketahui bahwa seluruh indicator yang digunakan sebagai alat ukur dari variabel penelitian adalah valid. Ditunjukkan dengan hasil r hitung masing-masing indikator lebih besar dari pada r tabel (0.2133).

b. Uji Reliabilitas

Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel Penelitian	Nilai	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Paylater (X1)	0.728	0.7	Reliabel
2	Gaya Hidup (X2)	0.731	0.7	Reliabel
3	Perilaku Konsumtif (X3)	0.746	0.7	Reliabel

Sumber: data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji reliabilitas maka dapat di ketahui bahwa seluruh variabel yang digunakan adalah reliabel atau handal. Ditunjukkan dengan besaran nilai yang diperoleh setiap

variabel lebih besar dari pada cronbach's alpha (0.7).

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		paylater	gaya hidup	perilaku konsumtif	
N		85	85	85	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	14.09	9.82	12.07	
	Std. Deviation	2.218	1.489	2.063	
Most Extreme Differences	Absolute	.118	.159	.216	
	Positive	.105	.135	.125	
	Negative	-.118	-.159	-.216	
Test Statistic		.118	.159	.216	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.005	<.001	<.001	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.005	<.001	<.001	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.004	.000	.000
		Upper Bound	.007	.000	.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber: data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji normalitas maka dapat ketahui bahwa nilai t statistic dari masing-masing variabel penelitian lebih besar dari 0.05. Sehingga dapat di tarik kesimpulan bahwa populasi terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a			t	Sig.	Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.858	.943		3.030	.003		
	paylater	.928	.092	.997	10.082	<.001	.436	2.294
	gaya hidup	-.393	.137	-.284	-2.871	.005	.436	2.294

a. Dependent Variable: perilaku konsumtif

Sumber: data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas maka dapat dijelaskan nilai VIF variabel independen <10 dan nilai tolerance >0.10.

Sehingga tidak ada korelasi antara variabel independen.

c. Uji Heteroskedastisitas

Hasil Uji Hetroskedastisitas

Model		Coefficients ^a			t	Sig.	Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	1.655	.571		2.900	.005		
	paylater	-.025	.056	-.074	-.444	.659	.436	2.294
	gaya hidup	-.035	.083	-.070	-.425	.672	.436	2.294

a. Dependent Variable: ABS_RES
 Sumber: data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dengan diketahui nilai signifikansi pada kedua variabel independen memiliki nilai lebih dari 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a			t	Sig.	Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	2.858	.943		3.030	.003		
	paylater	.928	.092	.997	10.082	<.001	.436	2.294
	gaya hidup	-.393	.137	-.284	-2.871	.005	.436	2.294

a. Dependent Variable: perilaku konsumtif
 Sumber: data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda menggunakan SPSS versi 29.2 maka dapat jelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta diperoleh sebesar 2.858, hal ini menunjukkan bahwa jika tidak terdapat pengaruh variabel independent yaitu paylater dan gaya hidup maka

perilaku konsumtif akan naik sebesar 2.858

- b. Paylater berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai koefisien sebesar 0.928. Maka koefisien regresi memiliki arti semakin sering seseorang menggunakan paylater maka akan meningkatkan perilaku konsumtif, dengan asumsi variabel lain konstan atau tetap

Gaya hidup tidak berpengaruh dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai koefisien sebesar -0.393. Maka koefisien regresi memiliki arti semakin seseorang menurunkan gaya hidup maka akan menurunkan perilaku konsumtif, dengan asumsi variabel lain konstan atau tetap

4. Uji Hipotesis

Hasil Uji Hipotesis

Variabel	t hitung	t tabel	Hasil Signifikansi	Nilai Signifikansi	Keterangan
Paylater (X1)	10.082	1.98827	0.001	0.05	Signifikan
Gaya hidup (X2)	-2.871	1.98827	0.005		Signifikan

Sumber: data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan SPSS versi 29.2, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Hasil dari perhitungan uji hipotesis di atas menunjukkan nilai t hitung sebesar 10.082 lebih besar daripada t tabel sebesar 1.98827. Dan hasil signifikansi

sebesar 0.001 lebih kecil daripada nilai signifikansi sebesar 0.05. Maka dapat diartikan bahwa paylater berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

b. Hasil dari perhitungan uji hipotesis di atas menunjukkan nilai t hitung sebesar -2.871 lebih kecil daripada t tabel sebesar 1.98827. Dan hasil signifikansi sebesar 0.005 lebih kecil daripada nilai signifikansi sebesar 0.05. Maka dapat diartikan bahwa gaya hidup tidak berpengaruh dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

5. Uji Koefisien Determinasi (Uji Adjusted R Square)

Hasil Uji Determinasi

Model Summary ^a								
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Selection Criteria			
					Akaike Information Criterion	Amemyia Prediction Criterion	Mallows' Prediction Criterion	Schwarz Bayesian Criterion
1	.806 ^a	.650	.642	1.235	38.866	.376	3.000	46.194

a. Predictors: (Constant), gaya hidup, paylater

b. Dependent Variable: perilaku konsumtif

Sumber: data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi sebesar 0.642 atau sebesar 64.2%. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu paylater (X1) dan gaya hidup (X2) mempengaruhi variabel dependen yaitu perilaku konsumtif (Y) sebesar 64.2%. Sedangkan sisanya yaitu 35.8% di pengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti alam penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan penjelasan yang telah dipaparkan, maka dapat disimpulkan hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Uji Instrumen menunjukkan bahwa seluruh indikator penelitian valid dan reliabel. Hal ini dibuktikan dengan nilai r hitung $>$ r tabel serta nilai Cronbach's Alpha $>$ 0,7. Dengan demikian, instrumen yang digunakan layak dijadikan alat ukur penelitian.
2. Uji Asumsi Klasik meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas membuktikan bahwa data penelitian berdistribusi normal, tidak terdapat gejala multikolinearitas, serta tidak terjadi heteroskedastisitas. Dengan demikian, model regresi dalam penelitian ini memenuhi syarat untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.
3. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa:
 - a. Variabel paylater berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.928. Artinya, semakin sering mahasiswa menggunakan paylater maka perilaku konsumtif mereka cenderung meningkat.
 - b. Variabel gaya hidup memiliki koefisien regresi negatif sebesar -0.393, namun tetap signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan gaya hidup turut memengaruhi tingkat konsumtif mahasiswa, meskipun arah pengaruhnya negatif.

4. Uji hipotesis membuktikan bahwa hipotesis pertama (*paylater berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif*) diterima. Sedangkan hipotesis kedua (*gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif*) tidak sesuai, karena hasil penelitian justru menunjukkan pengaruh signifikan dengan arah negatif.
5. Koefisien determinasi (Adjusted R²) sebesar 0.642 atau 64,2% menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa dapat dijelaskan oleh variabel *paylater* dan gaya hidup, sedangkan sisanya sebesar 35,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini, seperti faktor psikologis, sosial, maupun ekonomi.

Saran

Adapun saran yang bisa kami berikan untuk peneliti selanjutnya yaitu:

1. Penelitian berikutnya dapat menambahkan variabel lain seperti pengendalian diri, pengaruh teman sebaya, iklan/promosi, serta faktor ekonomi keluarga yang mungkin juga berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
2. Perlu memperluas objek penelitian tidak hanya pada mahasiswa manajemen angkatan 2021–2024, tetapi juga ke program studi lain, atau bahkan universitas berbeda untuk mendapatkan hasil yang lebih representatif.

Peneliti selanjutnya dapat menggunakan metode kualitatif atau *mixed methods* agar mendapatkan gambaran yang

lebih mendalam terkait alasan mahasiswa menggunakan *paylater* dan bagaimana gaya hidup terbentuk

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, A., & Rachmawati, R. (2020). *Pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 45–56.
- Aristanti, E. (2020). *Persepsi mahasiswa terhadap penggunaan layanan paylater sebagai metode pembayaran*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(1), 33–41.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2023). *Statistik Indonesia 2023*. Jakarta: BPS.
- Creswell, J. W. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Girsang, R., & Dewi, A. (2025). *Pengaruh Shopee PayLater dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa*. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 14(1), 55–67.
- Lestarina, R., Yuliana, A., & Pramesti, D. (2017). *Indikator perilaku konsumtif mahasiswa dalam perspektif psikologi konsumen*. *Jurnal Psikologi*, 12(2), 88–97.
- Minarti, S. (2020). *Faktor-faktor gaya hidup konsumen dan implikasinya terhadap perilaku konsumsi*. *Jurnal Manajemen*, 8(1), 22–35.

- Novendra, A., & Aulianisa, N. (2020). *Analisis penggunaan layanan paylater sebagai alternatif pembayaran digital*. Jurnal Akuntansi dan Keuangan, 11(2), 99–110.
- Pratiwi, R., Santoso, D., & Lestari, I. (2024). *Pengaruh media sosial dan gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif karyawan muda di Kota Semarang*. Jurnal Ilmu Manajemen, 18(1), 120–131.
- Rosyada, F. (2024). *Pengaruh kemudahan layanan paylater, gaya hidup, dan kepercayaan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z Muslim pengguna SPayLater di Kota Pekalongan*. Jurnal Ekonomi Syariah, 12(3), 211–223.
- Salsabila, N., Prameswari, T., & Kurniawan, A. (2024). *Literasi keuangan, gaya hidup hedonis, dan pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif Generasi Z*. Jurnal Riset Manajemen, 10(2), 144–156.
- Sari, N. (2021). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan paylater pada mahasiswa*. Jurnal Keuangan dan Perbankan, 15(1), 71–82.