

Pengaruh Penggunaan Shopeepaylater terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung

Viola Novitasari^{a*}, Sri Wulan Yanuari^b

^a Mahasiswa/ Universitas Bhinneka PGRI, Indonesia

^b Dosen/ Universitas Bhinneka PGRI, Indonesia

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Received : 10-07-2024

Revised : 04-08-2024

Accepted : 09-08-2024

Keywords: *Consumptive Behavior, ShopeePaylater*

Kata Kunci: *Perilaku Konsumtif, ShopeePaylater*

Corresponding Author:

violaansr11@gmail.com*

DOI: <https://doi.org/10.62335>

ABSTRACT

One form of technological development, especially in the field of E-commerce, is the many payment features provided with various conveniences. Currently, online shopping is increasingly popular, especially such as ShopeePay, ShopeePaylater, bank transfers, COD, payments through Shopee partners and many more. With the availability of payment facilities that include special offers such as discounts, it can encourage students to engage in consumer behavior. Therefore, researchers are interested in conducting this study to determine the effect of using ShopeePaylater on the consumer behavior of students at Bhinneka PGRI Tulungagung University. This study is a quantitative study, with the population used being all students at Bhinneka PGRI Tulungagung University. The sample uses the Lameshow formula. Data collection techniques by distributing questionnaires or questionnaires. The results of partial data testing show that the use of ShopeePaylater (X) has a t -count value $(16.933) > t$ -table (1.985) and a significance value of $0.000 < 0.05$. So, it can be concluded that partially there is a negative influence of the use of ShopeePaylater on student consumer behavior. The Adjusted R^2 value is 0.743, which means that ShopeePaylater influences student consumer behavior by 74.3%. While the remaining 25.7% is influenced by other factors not examined in this study such as: lifestyle and the influence of financial literacy.

ABSTRAK

Salah satu bentuk dari perkembangan teknologi khususnya dibidang E-commerce adalah banyaknya fitur pembayaran yang disediakan dengan berbagai macam kemudahan. Saat ini belanja online semakin banyak peminatnya khususnya seperti ShopeePay, ShopeePaylater, transfer bank, COD, pembayaran melalui mitra shopee dan masih banyak lagi. Dengan adanya fasilitas pembayaran yang didalamnya terdapat penawaran khusus seperti diskon tersebut dapat mendorong siswa untuk terlibat dalam perilaku konsumtif. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk

melakukan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh dari penggunaan ShopeePaylater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung. Penelitian ini berjenis penelitian kuantitatif, dengan jumlah populasi yang digunakan adalah seluruh dari mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung. Sampel menggunakan rumus Lameshow. Teknik pengambilan data dengan menyebarkan kuesioner atau angket. Hasil uji data secara parsial menunjukkan bahwa penggunaan ShopeePaylater (X) memiliki Nilai thitung ($16,933$) > ttabel ($1,985$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh negatif penggunaan ShopeePaylater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Nilai Adjusted R^2 sebesar $0,743$ yang artinya bahwa ShopeePaylater mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa sebesar $74,3\%$. Sedangkan sisanya sebesar $25,7\%$ dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti: gaya hidup dan pengaruh literasi keuangan.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengalami perkembangan yang pesat, semakin canggih dan membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia perdagangan dan konsumsi. (Islami, Rafidah, & Lubis, 2023). Dengan perkembangan teknologi yang sangat signifikan ini membuat penggunaannya dapat dengan mudah mendapatkan akses informasi dengan cepat dan banyak orang dapat memanfaatkan perkembangan teknologi ini didalam berbagai aspek kebutuhan seperti berbagi informasi, saling berkirim pesan atau berkomunikasi jarak jauh, dapat memudahkan pekerjaan dan dapat melakukan kegiatan belanja online atau lebih banyak dikenal dengan perdagangan elektronik atau *e-commerce*.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat cepat ini menjadi peluang bagi para pelaku usaha untuk mendirikan bisnis mereka melalui media internet sehingga dapat dijangkau oleh banyak orang dari berbagai negara. E-commerce atau perdagangan elektronik telah menjadi salah satu tren yang semakin populer di kalangan masyarakat, termasuk di kalangan mahasiswa.

E-commerce merupakan konsep baru yang bisa digambarkan sebagai proses jual beli barang atau jasa pada World Wide Web Internet atau proses jual beli atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan informasi termasuk internet atau biasa disebut dengan istilah belanja online atau online shopping (Rahima & Cahyadi, 2022).

E-commerce ini dapat diakses oleh siapa saja dan dapat memungkinkan orang untuk berbelanja secara online dengan cara yang lebih praktis dan efisien. Dengan adanya perkembangan e-commerce ini membuat citra pasar menjadi meredup sehingga banyak

pedagang juga memulai memasarkan dagangannya secara online (Yusuf, Sutrisno, Putri, Asir, & Cakranegara, 2022).

Salah satu platform e-commerce yang populer adalah Shopee, yang menawarkan berbagai macam produk dengan harga kompetitif. Menurut (Pratama, 2020), Shopee merupakan salah satu e-commerce yang memiliki pencapaian tinggi di Indonesia yang mulai dikenalkan pada tahun 2015. Kelebihan marketplace ini ada di dalam hal pemenuhan produk, harga yang bersaing (bahkan sangat murah), dan juga memiliki kemudahan dalam pembayaran. Pada platform ini menyediakan berbagai pilihan pembayaran seperti Shopee Pay, transfer bank, fitur COD (cash on delivery), pembayaran melalui kartu kredit, bayar tunai di mitra atau agen shopee. Selain itu, Shopee juga menawarkan layanan pembayaran yang inovatif sehingga dapat memudahkan penggunanya untuk berbelanja dengan membayar secara mencicil atau membayar dalam jangka waktu tertentu di setiap bulannya fitur pembayaran ini disebut dengan ShopeePayLater.

ShopeePayLater ini merupakan fitur yang dibuat untuk memungkinkan penggunanya melakukan pembayaran dengan cara mencicil atau membayar belanjaan dalam jangka waktu tertentu sesuai tenor yang dipilih oleh penggunanya. Tenor yang diberikan pada fitur ShopeePayLater ini beragam dan berbeda disetiap akun pemiliknya normalnya tenor yang disediakan oleh marketplace ini mulai dari 1 bulan sampai 12 bulan.

Dengan menggunakan fitur pembayaran ShopeePayLater ini, seluruh biaya atas penggunaan jasa layanan di Shopee akan dibayarkan oleh PT. Commerce Finance dengan cara memberikan pinjaman dalam proses checkout barang yang ada di aplikasi Shopee. Pengguna ShopeePayLater ini bisa melakukan transaksi pembayaran dan berbelanja di Shopee apabila penggunanya sudah mengaktifkan fitur pembayaran ShopeePayLater dengan cara mengunggah KTP agar pengguna dapat di verifikasi oleh PT. Shopee Internasional Indonesia. Setelah melakukan pengajuan limit kredit, biasanya memerlukan waktu untuk verifikasi yang membutuhkan waktu 1x24 jam atau pengajuan akan diperiksa dalam waktu 1 hari.

Shopee memfasilitasi limit pinjaman yang cukup besar kepada penggunanya yang telah mendaftar atau mengajukan limit kredit yang ditawarkan oleh Shopee kepada pengguna ShopeePayLater beragam mulai dari yang terkecil dengan minimal pinjaman Rp. 300.000 dan maksimal pinjaman Rp.4.500.000,00 perbulannya, tetapi jumlah limit kredit ini dapat bertambah sewaktu-waktu jika pengguna ShopeePayLater sering menggunakannya untuk berbelanja online dan baik dalam proses pelunasan atau pembayaran tagihan di setiap bulannya.

Tagihan pada fitur ShopeePayLater ini memiliki jatuh tempo yang berbeda pada penggunanya sesuai dengan pilihan tanggal yang dipilih saat pengajuan pinjaman di marketplace ini, marketplace ini memberikan pilihan jatuh tempo cicilan pada setiap

tanggal 25 dan tanggal 5 setiap bulannya.

Cara melihat jumlah tagihan yang harus dibayarkan di setiap bulannya dapat dilihat secara langsung dengan mengakses fitur ShopeePayLater-nya di aplikasi Shopee yang terdapat pada menu utama aplikasi Shopee dengan bergambarkan logo dompet berwarna orange. Terkait keamanan jasa keuangan ini ShopeePayLater sudah secara resmi sudah terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tanggal 30 September 2019 (Permata & Haryanto, 2022).

Di era digital ini, semakin banyak mahasiswa yang menggunakan ShopeePayLater untuk memenuhi kebutuhan konsumtif mereka, seperti membeli pakaian, gadget, makanan, dan lain sebagainya. Namun, penggunaan ShopeePayLater juga dapat berdampak pada perilaku konsumtif mahasiswa. Kecanggihan teknologi digital pada saat ini memberikan dampak yang begitu signifikan terhadap mahasiswa yaitu mahasiswa cenderung menjadi lebih konsumtif melalui adanya alat pembayaran secara elektronik atau nontunai, dengan adanya fasilitas tersebut dan tanpa ada uang cash akan membentuk perilaku belanja yang impulsif atau sebuah perilaku dimana seseorang membeli produk tanpa direncanakan atau dipikirkan sebelumnya (raharjo jati, 2015).

Perilaku konsumtif di dalam konteks ini, mengacu pada kecenderungan seseorang untuk melakukan pembelian yang tidak terencana dan berlebihan, seringkali tanpa mempertimbangkan keterbatasan keuangan mereka. Dalam kasus penggunaan ShopeePayLater, mahasiswa mungkin cenderung tergoda untuk membeli barang-barang yang sebenarnya tidak mereka butuhkan, bahkan tidak sedikit mahasiswa membeli barang-barang tertentu hanya untuk mengikuti trend saja hanya karena mereka dapat membayar barang yang dibelinya secara menciil.

Oleh karena itu perilaku konsumtif ini harus dihindari, karena semakin gemar mahasiswa berbelanja untuk memenuhi gaya hidup yang tinggi atau hedonisme seperti selalu up to date pada mode trend (pakaian, sepatu, tas, dll), produk kecantikan, maupun gadget tanpa mempertimbangkan skala prioritas dengan bertransaksi menggunakan fitur PayLater ini maka akan semakin besar juga kemungkinan mereka untuk berperilaku konsumtif (Rahmawati & Mirati, 2022).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Idris & Lee, 2019) tentang dampak penggunaan Tokopedia Paylater terhadap pembelian impulsif pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Padjajaran mendapatkan hasil bahwa penggunaan Tokopedia paylater di kalangan pelajar berada pada kategori yang cukup tinggi, dimana pelajar sudah banyak menggunakan salah satu fitur pinjaman berbasis online.

Dan berdasarkan hasil analisis pembelian impulsif di kalangan mahasiswa berada pada kategori tinggi yang dimana mahasiswa masih sering membeli sesuatu yang tidak sesuai dengan kebutuhan dan dilakukan tanpa adanya rencana pembelian sebelumnya.

Sehingga penggunaan Tokopedia Paylater berpengaruh terhadap pembelian impulsif pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Padjajaran yang dapat dilihat dari hasil data yang diperoleh bahwa arah pengaruh variabel penggunaan Tokopedia Paylater (X) terhadap variabel pembelian impulsif (Y) adalah positif.

Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung sebagai salah satu perguruan tinggi di Indonesia memiliki jumlah mahasiswa yang cukup besar dan beragam. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana penggunaan ShopeePayLater dapat memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa di universitas ini. Penelitian tentang pengaruh penggunaan ShopeePayLater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung ini akan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang implikasi dari penggunaan teknologi fintech ini dalam melakukan pembelian online bagi mahasiswa. Penelitian ini akan melibatkan survei dengan membagikan kuisisioner kepada mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung untuk mengumpulkan data yang relevan.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan yang berharga bagi para mahasiswa, orang tua, lembaga pendidikan, dan juga bagi platform e-commerce seperti Shopee untuk memahami dampak penggunaan ShopeePayLater dalam perilaku konsumtif mahasiswa. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi dasar untuk mengembangkan strategi yang lebih efektif dalam mengelola penggunaan layanan pembayaran seperti ShopeePayLater agar tidak menyebabkan perilaku konsumtif yang berlebihan di kalangan mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan statistik deskriptif. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Universitas Bhinneka PGRI pengguna ShopeePayLate. Dengan sampel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan mahasiswa pengguna ShopeePaylater dan merupakan mahasiswa aktif di Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Interpretasi Hasil Penelitian

- a) Pengaruh Penggunaan ShopeePaylater Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung.

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 21.0, ada pengaruh yang signifikan pada ShopeePaylater (X) terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung. Hal ini dapat diartikan bahwa penggunaan fitur ShopeePaylater pada aplikasi Shopee tersebut berpengaruh negatif dalam perilaku konsumtif mahasiswa, yang menyebabkan mahasiswa mempunyai perilaku pembelian yang berlebihan atau *impulsive buying*.

Penggunaan fitur ShopeePaylater ini ternyata terdapat pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Selain itu, efek yang ditimbulkan dapat bersifat positif maupun negatif tergantung cara mahasiswa tersebut bijak atau tidaknya menggunakan fitur ShopeePaylater tersebut.

Berdasarkan kenyataan yang ada bahwa ShopeePaylater merupakan jasa pinjam meminjam berbasis inovasi data dalam bentuk saldo secara langsung melalui tahapan sebagai mana yang tertuang dalam PJOK No.77/2016. Jasa ini diberikan oleh Shopee yang digunakan sebagai strategi pembayaran saat berbelanja di e-commerce pada aplikasi Shopee. Fitur ShopeePaylater ini dapat memberi kemudahan dengan barang yang dapat diterima dulu namun pembayaran dapat menyusul di bulan depan sesuai jatuh tempo yang telah ditentukan. Dengan adanya fitur Paylater yang diberikan membuat sistem pembayaran online semakin mudah dimulai dengan melengkapi persyaratan untuk pengajuan limit pinjaman dan aktivasi limit pinjaman yang cukup mudah dan singkat. Selain itu fitur ShopeePaylater ini sudah terdaftar dan diatur oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Dengan demikian, semua data pelanggan yang telah mendaftarkan fitur ShopeePaylater tersebut aman dan terlindungi. ShopeePaylater ini dapat membuat mahasiswa menjadi ketagihan dalam menggunakannya dan menyebabkan mahasiswa menjadi konsumtif atau boros jika tidak dapat mengontrolnya. Dengan adanya ShopeePaylater juga banyak orang yang penasaran dan tertarik untuk bertransaksi menggunakan pembayaran secara kredit online termasuk dikalangan mahasiswa. Mahasiswa tentunya juga memiliki keinginan dan kebutuhan akan gaya hidup yang beragam, biasanya mahasiswa melakukan pembelian secara online tidak hanya untuk memenuhi kebutuhannya saja melainkan untuk kesenangan dan memenuhi gaya hidup yang membuat mahasiswa tersebut menjadi boros. Jadi dapat disimpulkan bahwa penggunaan ShopeePaylater (X) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y) Mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung.

b) Regresi Linier Sederhana

- 1) Dari hasil regresi tersebut diperoleh persamaan $Y = a + bX$ dan berdasarkan nilai a , b , dapat dimasukkan ke dalam persamaan garis regresi yaitu $Y = 5,945 + 0,830 X$, yang menyatakan bahwa jika variabel independen (ShopeePaylater) sebesar 0 (nol), maka variabel dependen (Perilaku Konsumtif) sebesar 5,945.
- 2) Koefisien regresi X (ShopeePaylater) sebesar 0,830 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan variabel X_1 (ShopeePaylater) berpengaruh pada peningkatan besarnya variabel Y (Perilaku Konsumtif) sebesar 0,830.

c) Hasil Uji T (parsial)

Berdasarkan uji t yang telah dilakukan pada variabel ShopeePaylater (X)

diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $16,933 > t_{tabel}$ $1,985$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel ShopeePaylater (X) terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa. Jadi, dapat disimpulkan bahwa dari analisis jawaban angket, mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI merasa bahwa penggunaan fitur ShopeePaylater ini dapat berpengaruh negatif yang menyebabkan mahasiswa menjadi lebih konsumtif dan menjadi tidak terkontrol dengan adanya fasilitas dari fitur ShopeePaylater tersebut.

d) Koefisien Determinasi & Korelasi

Koefisien korelasi pada kolom *R Square* sebesar $0,745$, dan nilai determinan pada kolom *Adjusted R Square* sebesar $0,743$ atau sebesar $74,3\%$. Hal ini menunjukkan bahwa $74,3\%$ perubahan pada variabel Y dipengaruhi oleh perubahan variabel X. Sedangkan sisanya sebesar $25,7\%$ ($100\% - 74,3\% = 25,7\%$) dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel X yang mempengaruhi perilaku konsumtif Mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung.

Perbandingan Hasil Penelitian dengan Teori

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka memperoleh hasil bahwa variabel penggunaan fitur ShopeePaylater berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung. Penelitian ini didukung dengan teori yang menyatakan, bahwa pengguna ShopeePaylater berpengaruh terhadap perilaku mahasiswa, yang berarti bahwa pengguna ShopeePaylater dipengaruhi oleh perilaku konsumtif (Sari, Latifah, & Ararizki, 2023). Juga terdapat teori yang memperkuat bahwa Paylater menjadi pilihan yang lebih sederhana dan lebih membantu bagi individu dalam mengakses pembayaran tanpa kartu (Prastiwi & Fitria, 2021). ShopeePaylater inilah salah satu bentuk dari kemajuan teknologi di bidang fintech yang dapat memudahkan bagi penggunaannya untuk melakukan transaksi pembayaran (Faradannisa Melina & Agus Supriyanto, 2022)

Dalam penelitian ini, penggunaan ShopeePaylater (X) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Y) dengan variabel ShopeePaylater (X) memiliki nilai t hitung ($16,933$) $>$ t_{tabel} ($1,985$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan penggunaan ShopeePaylater (X) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung.

Penelitian ini didukung dengan hasil penelitian yang menyatakan terdapat hubungan ShopeePaylater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa nilai signifikansi yaitu $0,000$ yaitu $0,000 < 0,005$, sehingga dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa, H_0 ditolak dan H_a diterima. Sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh negatif dan signifikan

antara penggunaan ShopeePaylater dengan Perilaku Konsumtif mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI. Pengaruh penggunaan ShopeePaylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI memperoleh persentase sebesar 74,3%.

SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian dan hasil analisis data menggunakan SPSS-21, maka dapat disimpulkan sebagai berikut; 1. ShopeePaylater (X) berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI. Pada variabel ShopeePaylater (X) diperoleh nilai thitung ($16,933$) > ttabel ($1,985$) Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh negatif penggunaan ShopeePaylater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, 2. Hasil Uji Kefisien Determinasi diperoleh sebesar $0,743$ atau sebesar $74,3\%$. Hal ini menunjukkan bahwa $74,3\%$ perubahan pada variabel Y dipengaruhi oleh perubahan variabel X. Sedangkan sisanya sebesar $25,7\%$ ($100\% - 74,3\% = 25,7\%$) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Saran

Setelah dilakukannya penelitian pada variabel pengaruh penggunaan ShopeePaylater terhadap mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI, berikut adalah beberapa saran yang semoga dapat bermanfaat: 1. Bagi Mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung Pengguna ShopeePaylater. Diharapkan dengan adanya penelitian ini, dapat dijadikan pembelajaran kedepannya untuk hati-hati dalam menggunakan fasilitas ShopeePaylater ini agar tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan seperti hutang (jumlah cicilan) + bunga menumpuk yang dapat merugikan penggunaannya, 2. Bagi Universitas Bhinneka PGRI. Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menambah referensi di perpustakaan Universitas Bhinneka PGRI khususnya dalam penelitian program studi Pendidikan Ekonomi yang membahas topik perkembangan teknologi dibidang fintech dan perilaku konsumtif, 3. Bagi Peneliti Selanjutnya. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan atau mengkaji variabel lainnya yang dapat dipengaruhi oleh variabel perilaku konsumtif seperti: gaya hidup dan pengaruh literasi keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Faradannisa Melina & Agus Supriyanto. (2022). Kepuasan Pelanggan Ditinjau dari Store Atmosphere, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Etika Bisnis Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 2 (1), 76–94.
- Idris, N., & Lee, Y. K. (2019). Tokopedia Paylater's Influence on Impulsive Purchases. *Journal of Management*, 1(2), 1–6.
- Islami, F., Rafidah, & Lubis, P. A. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Money Dan Sistem Pembayaran Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Febi Uin

- Sulthan Thaha Saifuddin Jambi Dalam Pespektif Syari'Ah. *INFOTECH Journal*, 9(2), 339–344. <https://doi.org/10.31949/infotech.v9i2.6072>
- Permata, S., & Haryanto, H. (2022). Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Aplikasi Shopee Pay Later. *Krisna Law: Jurnal Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Krisnadwipayana*, 4(1), 33–47. <https://doi.org/10.37893/krisnalaw.v4i1.13>
- Prastiwi, I. E., & Fitria, T. N. (2021). Konsep Paylater Online Shopping dalam Pandangan Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 425. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1458>
- Pratama, G. (2020). 130-64-555-1-10-20200901. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam Jurnal Ecopreneur*, 1(1), 21–34.
- Raharjo Jati, Wasisto. (2015). Less Cash Society: Menakar Mode Konsumerisme Baru Kelas Menengah Indonesia. *Jurnal Sositologi*, 14(2), 102–112. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2015.14.2.1>
- Rahima, P., & Cahyadi, I. (2022). Pengaruh Fitur Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram. *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.30812/target.v4i1.2016>
- Rahmawati, G., & Mirati, E. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Pada Generasi Millennial. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(5), 2415–2430.
- Sari, E. A., Latifah, I., & Ararizki, M. A. (2023). IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim. *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 1(1), 387–400.
- Yusuf, M., Sutrisno, S., Putri, P. A. N., Asir, M., & Cakranegara, P. A. (2022). Prospek Penggunaan E-Commerce Terhadap Profitabilitas Dan Kemudahan Pelayanan Konsumen: Literature Review. *Jurnal Darma Agung*, 30(3), 505. <https://doi.org/10.46930/ojsuda.v30i3.2268>