

SKRIPSI (RAFIKA) FIX

by Abdullah Husein Yuda

Submission date: 26-Jan-2023 10:09PM (UTC-0800)

Submission ID: 2000379742

File name: SKRIPSI_RAFIKA_FIX...docx (813.81K)

Word count: 7277

Character count: 47403



**PENGARUH *MOBILE SELF EFFICACY* DAN *SPENDING HABITS* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN SHOPEE PAYLATER DENGAN
LITERASI KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

**THE EFFECT OF *MOBILE SELF EFFICACY* AND *SPENDING HABITS* ON
PURCHASE DECISIONS USING SHOPEE PAYLATER WITH FINANCIAL
LITERACY AS AN INTERVENING VARIABLE**

Rafika Putri Febriani
NIM : 192010300015
Sigit Hermawan
NIDN : 0003127501

SKRIPSI

**Program Studi Akuntansi
Fakultas Bisnis, Hukum & Ilmu Sosial
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Januari, 2023**

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
DAFTAR ISI	iii
ABSTRAK	1
PENDAHULUAN	1
Kerangka Konseptual	3
Hipotesis	3
METODE PENELITIAN	3
Populasi dan Sampel.....	4
HASIL DAN PEMBAHASAN	5
SIMPULAN	12
UCAPAN TERIMAKASIH	13
DAFTAR PUSTAKA	14

PENGARUH MOBILE SELF EFFICACY DAN SPENDING HABITS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN SHOPEE PAYLATER DENGAN LITERASI KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

16
Rafika Putri Febriani dan Sigit Hermawan

Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis, Hukum dan Ilmu Sosial
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Email : rafiikaapf@gmail.com
Email : sigithermawan@umsida.ac.id

ABSTRACT

11

This study aims to determine the relationship between mobile self-efficacy and spending habits on the use of a spaylater on financial literacy. This quantitative research uses the subject of a spaylater user. The sampling technique used was purposive sampling and 72 subjects were obtained. The data collection technique uses a likert scale based on items originating from the aspects and indicators of each variable. The data analysis technique used is SPSS 26 with the results of the first regression study showing that the significance value is less than 0.05, which means there is a relationship between mobile self-efficacy and spending habits on the use of a spaylater. And the results of the second regression study show that the significance value for mobile self-efficacy is greater than 0.05, which means that there is no relationship between mobile self-efficacy and the use of spaylaters on financial literacy. Spending habits show the result that the significance value is less than 0.05, which means that there is a relationship between spending habits and the use of a spaylater on financial literacy.

Keywords: mobile self-efficacy; spending habits; spaylater user; financial literacy.

PENDAHULUAN

Munculnya banyak situs online dan aplikasi online yang mempermudah kegiatan masyarakat mulai dari kegiatan berbelanja, transportasi, dan memesan jasa begitupun dengan membeli makanan yang tidak harus keluar rumah. Perkembangan teknologi juga sangat mempermudah dalam segala hal dan telah menjadi keperluan terpenting yang menjadikan mayoritas kegiatan seseorang tak lepas atas pemakaian teknologi. Sekarang ini, internet menjadi bagian hidup mayoritas orang. Sehingga internet tak hanya berguna menjadi sarana dalam berkomunikasi, namun akan berpengaruh pada tindakan seseorang saat belanja online. Internet menjadi sebuah alternatif yang mendukung kegiatan pemasaran dari suatu perusahaan. Internet akan memuat langkah dasar dalam website untuk memikat konsumen serta berkembangnya e-commerce makin menimbulkan kompetisi pada pelaku usaha dan perlu menyesuaikan terhadap teknologi [1], [2].

Adanya teknologi internet masyarakat kini mulai bergantung dan mempercayai akan kemampuan dalam menggunakan smartphone yang bisa dikenal dengan *mobile self efficacy*. *Mobile self efficacy* berfokus kepada rasa percaya diri dalam menilai seseorang terkait kemampuannya saat memakai ponsel [3]. Efikasi diri dalam hal ini akan memaksimalkan kualitas kerja seseorang dalam menggunakan ponselnya. Masyarakat kini jarang menggunakan komputer karena ponsel dapat mengakses internet serta menjalankan fungsi di mana saja dan kapan saja. Pemikiran umumnya jika ponsel dalam efektifitas diri berperan baik untuk mendukung pemakaiannya dan teknologi smartphone sangat mempermudah dalam berbagai kepentingan yang diperlukan, tetapi juga menyebabkan kecanduan dengan fitur yang ada didalamnya [4].

Pelanggan yang kecanduan pada ponsel akan menimbulkan hubungan baik pada saat membeli. Berdasarkan hal tersebut pelanggan dengan pengalaman pada ponsel akan mudah belajar. Ada sebuah rancangan pada tindakan psikologis yaitu kemandirian diri yang berhubungan terhadap mobile atau smartphone. Rancangan ini mengacu pada kepercayaan seseorang dari kemampuan dirinya dalam melakukan pengaturan, tindakan, serta penyelesaian dari aktivitas yang diperlukan dari tujuannya [5]. Berdasarkan pernyataan tersebut *self efficacy* merupakan keyakinan atau kepercayaan individu dengan kemampuan dirinya dalam menjalankan tugas untuk mencapai suatu tujuan, dengan adanya mobilephone atau smartphone dapat membantu segala kebutuhan dan kepentingan [6],[7],[8].

Berbelanja online sekarang telah dijadikan trend publik, semenjak adanya toko online kebiasaan masyarakat dari berbelanja secara langsung melalui toko beralih menjadi toko-toko online yang bisa diakses melalui smartphone. Salah satu dari banyaknya fitur berbelanja online yakni *marketplace* shopee, shopee sendiri masih menduduki peringkat pertama dari banyaknya *marketplace* online lainnya. Dilansir dari [9] shopee memiliki daftar pengunjung paling banyak, diantara yakni :

Market Place	Jumlah Pengunjung
Shopee	197,2 Juta
Lazada	161,7 Juta
Tokopedia	72,4 Juta
Bukalapak	26,8 Juta
TIKI	22 Juta
BliBli	15,8 juta

Gambar 1. Sumber : Kompas.com

Shopee merupakan fitur berbelanja online yang banyak digunakan oleh masyarakat sehingga shopee pun tak mau kalah atas website jual beli online lain. Shopee dapat menjual kuota, token listrik, serta e-ticket. Shopee juga memiliki beragam fitur seperti COD, games, voucher, dan koin. Serta memiliki fitur garansi dengan melakukan penahanan uang pelanggan yang mengkonfirmasi jika barangnya telah diterima. Shopee memiliki fitur menarik lainnya yaitu 9.9 sales, harga 10ribu, flash sale, gratis ongkir, cashback, ShopeePay, dan Shopee PayLater [10], [11].

Fitur terbaru shopee paylater yaitu metode *buy now pay later* dimana konsumen dapat membeli produk sekarang tetapi membayarnya nanti. Fitur Shopee PayLater dibuat PT CommerceFinance dalam Shopee. Hadirnya Shopee PayLater menjadikan konsumen akan membeli barangnya lebih dulu lalu membayarkan barangnya dibulan selanjutnya maupun dalam cicilan.

Shopee paylater kini banyak digunakan dalam kegiatan berbelanja oleh semua kalangan sehingga mempermudah pembelian menggunakan fitur beli sekarang bayar nanti ataupun dengan metode cicilan yang membuat sebagian besar orang memutuskan menggunakan paylater dalam berbelanja online, kemudahan ini membuat banyak orang melakukan pembelian berlebih dengan tidak memperhitungkan berapa yang akan dibayarkan saat tanggal jatuh tempo paylater. Karena kebiasaan tersebut banyak orang yang tidak mampu membayar tagihan yang menyebabkan keuangan terganggu. Keterlambatan dalam membayarkan hutang Shopee PayLater akan berdampak pada denda sejumlah 5% perbulan atas semua jumlah tagihannya, ada batasan dalam menggunakan VoucherShopee, pemeringkatan dalam SLIK (Sistem Layanan Informasi Keuangan) OJK akan membatasi pengguna dalam memperoleh pembiayaan dari perbankan dan melakukan penagihan lapangan. Kebiasaan berbelanja ini sangat erat kaitannya dengan aspek keprilakuan atau spending habits. Spending habits sendiri dinilai menyenangkan dalam mengeluarkan atau membelanjakan uang, [12] dalam bukunya yang berjudul "The Backward Art of Spending money".

Terdapat beberapa kasus yang sedang marak atau viral di social media seperti tunggakan spaylater yang tidak kunjung dibayar, sehubungan terhadap konten viral itu, Raditya Triatmodjo selaku pimpinan Shopee Indonesia menjelaskan jika pihak shopee sudah mengkonfirmasi berita viral itu terhadap pihak Spay Later. "Kami sudah mengecek bersama pihak penyedia fitur Spay Later yang berhubungan dengan tindakan viral dalam social media tentang user Spay Later yang menyebutkan jika adanya pembengkakan tagihan yang awalnya Rp400.000++ jadi Rp17.000.000++ selama satu tahun karena tak membayarkan cicilannya," tutur Raditya [13].

Tagihan tersebut membuat keuangan terganggu sehingga setiap orang harus menerapkan skala prioritas serta memiliki perencanaan dan anggaran tentang keuangan. Seseorang membutuhkan literasi keuangan dengan efektif supaya mereka dapat mengendalikan ekonominya dengan positif dan dapat menambah penghasilannya agar tak habis dengan gampang, namun dipakai dalam berinvestasi dengan nilai yang bermanfaat. Literasi Keuangan merupakan faktor terpenting saat mengendalikan keuangannya. Literasi keuangan mengacu pada kemampuan atau tingkat pengetahuan seseorang atau masyarakat tentang bagaimana uang bekerja. Namun nyatanya masyarakat Indonesia juga cenderung makin konsumtif. Literasi keuangan menjadi kewajiban seseorang agar terhindar dari permasalahan finansial sebab mereka sering berhadapan pada kondisi yang mengorbankan sebuah kebutuhan untuk kebutuhan lain.

Sementara itu, penelitian terdahulu yang berjudul *Pengalaman belanja die-commerce terhadap niat mahasiswa dalam mengadopsikan ecommerce dimasa depan*. Menyimpulkan jika pengelolaan diri berdampak positive pada kemanfaatan yang dirasa dan kemanfaatan pengguna yang dirasakan hanyalah efikasi diri yang memiliki pengaruh positive pada kemanfaatan pengguna yang memberi hasil significant. Sedangkan riset dampak Social Influencer dan Selfefficacy pada intensi dalam menggunakan pembayaran online dalam Pengguna Ewallet. Hasilnya memberi pembuktian jika terdapat dampak significant pada social dan efikasi diri

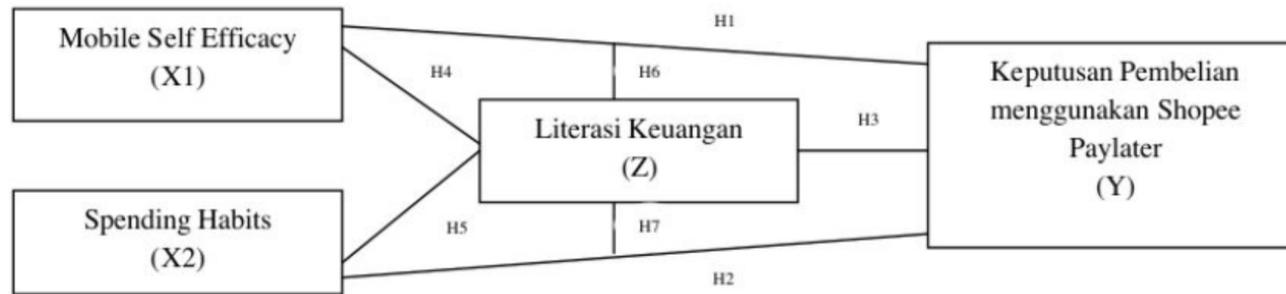
dalam memakai e-mobile dengan simultan. Hasil riset tersebut diharap mampu menjadi pedoman stakeholders tentang ide yang diangkatnya [14], [15].

Beberapa Penelitian terdahulu lainnya mengenai pengaruh keterkaitan pengendalian diri maupun literasi keuangan secara kompulsif dalam user aplikasi berbelanja online dapat disimpulkan jika ada keterkaitan yang sejalan pada pengontrolan diri dengan literasi keuangan terhadap minat pembelian dalam perbelanjaan online X serta riset mengenai dampak LiterasiKeuangan, KualitasLayanan ECommerce, dan PromosiPenjualan Online terhadap PerilakuBelanja Online. Dapat disimpulkan bahwa Literasikeuangan, mutu pelayanan ecommerce serta berpromosi dengan bersamaan memiliki pengaruh significant pada tindakan berbelanja online. Literasi keuangan dengan paraisal memiliki pengaruh significant dan memiliki hubungan negative pada tindakan berbelanja online [16], [17].

Penelitian ini memiliki empat variabel yakni mobile self efficacy dan spending habits menjadi independent variable, kebijakan dalam membeli menggunakan shopee paylater yang menjadi dependent variable, serta literasi keuangan menjadi variable intervening. Namun, riset tersebut tidak sama terhadap riset terdahulu sebab adanya variable intervening yang memiliki pengaruh tidak langsung terhadap variabel dependen. Sehingga, pembaruan dari riset tersebut yaitu terdapat variable mobile self efficacy yang jarang digunakan dalam penelitian shopee paylater dan variabel intervening yakni literasi keuangan.

Berdasarkan riset sebelumnya yang sudah dijelaskan tentang keputusan pembelian menggunakan shopee paylater didapatkan hasil yang tak sama. Disatu sisi, persepsi pelanggan memiliki pengaruh kepada keputusan pembelian menggunakan shopee paylater, tetapi di sisi lain didapatkan bahwa keputusan pembelian menggunakan shopee paylater berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Dari ketidaksamaan hasil riset sebelumnya memperlihatkan perbedaan hasilnya yakni ada *research gap*. Dari *research gap* dan peristiwa ini penulis ingin membuat penelitian dalam menemukan besarnya hubungan shopee paylater pada kebijakan pembelian. Kemudian penulis rangkum kedalam sebuah judul penelitian yaitu "Pengaruh Mobile Self Efficacy dan Spending Habits terhadap Keputusan Pembelian menggunakan Shopee Paylater dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Intervening".

Dari sejumlah pemaparan dan keterkaitan variable serta tujuan riset dalam mengujikan hipotesis yakni :



H1 : Mobile self efficacy berpengaruh pada keputusan pembelian dengan shopee paylater

H2 : Spending habits berpengaruh pada keputusan pembelian dengan shopee paylater

H3 : Literasi keuangan berpengaruh pada keputusan pembelian dengan shopee paylater

H4 : Mobile self efficacy berpengaruh pada financial literacy

H5 : Spending habits berpengaruh pada financial literacy

H6 : Mobile self efficacy berpengaruh pada keputusan pembelian menggunakan shopee paylater melalui financial literacy sebagai variable intervening

H7 : Spending habits berpengaruh pada keputusan pembelian menggunakan shopee paylater melalui financial literacy sebagai variable intervening

26

METODE PENELITIAN

Penelitian yang di gunakan yaitu penelitian kuantitatif [18], [19] karena penelitian ini ingin mencari tahu apakah terdapat dampak pada independent variable dengan dependent variable serta variabel intervening.

Variabel yaitu suatu hal yang beragam bentuknya dan diputuskan peneliti dalam upaya memperoleh data mengenai hal itu [20]. Variable intervening pada riset tersebut yaitu literasi keuangan (Z). Variable independen yakni mobile self efficacy (X1) dan spending habits (X2). Dan untuk variabel dependen yaitu keputusan penggunaan shopee paylater (Y).

Mobile self efficacy (X1) yaitu rasa percaya diri dan evaluasi seseorang tentang potensinya saat memakai ponsel [3].

Indikator mobile self efficacy berdasarkan pandangan [21] :

1. Magnitudes berfokus kepada kapabilitas setiap orang dalam penggunaannya secara maksimal.
2. Strength berfokus pada kepercayaan diri mengenai potensi seseorang apakah dapat membuat penyelesaian dengan baik.
3. Generalizabilities berfokus pada potensi penggunaan perangkat lunak maupun perbendaan suatu sistem dimana seseorang memiliki tingkat generalizabilities dengan rendah.

Spending habits (X2) yaitu kebiasaan membelanjakan maupun mengeluarkan biaya [12].

Indikator spending habits berdasarkan pandangan [22] :

1. Rancangan yang berfokus pada perencanaan individu saat mengeluarkan uangnya.
2. Rancangan menabung yang berfokus kepada kepemilikan tabungan maupun tidak.
3. Rancangan dalam membeli yang berfokus kepada suatu hal sebagai keperluan pokok.

Keputusan pembelian menggunakan shopee paylater (Y) yaitu wujud penggunaan dalam memperbarui teknologi untuk bertransaksi secara online agar lebih maksimal [23].

Indikator keputusan pembelian menggunakan shopee paylater berdasarkan pandangan [23] :

1. Memiliki niat dalam memakai spaylater
2. Memakai spaylater dalam membayar
3. Menyuruh seseorang dalam memakai Spaylater

Literasi keuangan (Z) Merupakan tujuan untuk meraih kesejahteraan. Hal tersebut memiliki tujuan dalam mendukung seseorang untuk mengendalikan keuangannya agar hidup dengan baik [24].

Indikator literasi keuangan berdasarkan pandangan [25] :

1. Pengetahuan akan pendapatan
2. Pengetahuan akan pengendalian keuangan
3. Pengetahuan akan berinvestasi
4. Pengetahuan akan hutang

Populasi dan Sampel

Populasi pada riset tersebut adalah alumni prodi akuntansi tahun 2017 Universitas Muhammadiyah Sidoarjo dikarenakan alumni sendiri rata-rata sudah bekerja dan sudah berpenghasilan sehingga dengan adanya variable intervening sebagai variabel penghubung pada riset tersebut yaitu literasi keuangan. Adapun jumlah populasi penelitian ini adalah 129 angkatan 2017 prodi akuntansi. Teknik dalam mengumpulkan datanya dengan kuisisioner online memakai gform kepada alumni prodi akuntansi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Pada riset tersebut sampel diambil memakai *Purposive sampling* yang menjadi tehnik pengambilan data dengan pertimbangan yakni pengguna shopee paylater.

Standar data dalam tiap items variable didapat atas tanggapan responden saat mengisi angket. Pengukurannya dilaksanakan dengan likert scale pada skor 1 - 4, yakni:

- (1) Sangat Setuju (SS) diberi skor 4
- (2) Setuju (S) diberi skor 3
- (3) Tidak Setuju (TS) diberi skor 2
- (4) Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1

Skala likert terpilih menjadi alternatif respon dalam pengukuran perilaku saat memberikan skor nilai. Keputusan skor ini memiliki tujuan agar terhindar dari perilaku netral dari responden. Lalu datanya akan dilakukan pengolahan menggunakan pengujian statistic, yakni pengujian statistic deskriptif, uji reability, uji validitas, pengujian asumsi klasik, uji regresi linier berganda, dan uji hipotesis yang tersusun atas pengujian statistic T, pengujian statistic F, uji determinasi, serta analisa jalur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penulis menyebar angket pada 129 respondens. Data angket yang kembali serta dipakai dalam menganalisis data yakni 72 angket. Penulis menguji dengan menggunakan IBM SPSS 26, berdasarkan data tersebut peneliti mendapatkan hasil pengujian sebagai berikut :

Uji Analisis Deskriptif

Hasil analisis data deskriptif sebagai berikut :

Tabel 1
Uji Analisis Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Mobile Self Efficacy	72	15	24	20,74	1.884
Spending Habits	72	18	28	24,75	2.174
Keputusan Penggunaan Paylater	72	20	27	23,88	1.898
Literasi Keuangan	72	26	34	31,11	1.968

Sumber : Data diolah, 2023.

Dari table 1 menjelaskan total respondens (n) ada 72 respondens. Skor minimal menjelaskan tanggapan respondens paling sedikit dan maksimal merupakan tanggapan respondens paling tinggi. Pemakaian Spaylater (Y) skor minimal yaitu sejumlah 20, maksimal sejumlah 27 serta rata-rata sejumlah 23,88 yang memiliki standart deviasi 1,898. *Mobile Self Efficacy* (X1) memiliki skor minimal sejumlah 15, maksimal sejumlah 24 serta rata-rata sejumlah 20,74 terhadap standart deviasinya 1,884. Variable Spending Habits (X2) memiliki skor minimal sejumlah 18 maksimal sejumlah 28 serta rata-rata sejumlah 24,75 terhadap standart deviasi 2.174. Sementara variable interveningnya yakni Literasi Kuangan (Z) mempunyai skor minimal sejumlah 26, maksimal sejumlah 34, rata-rata sejumlah 31,11 serta standart deviasi 1,968.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Dari data angket yang didapat, penulis selanjutnya akan menguji datanya dengan melakukan pengujian validity dan reability data. Hasil dari semua pertanyaan ialah instrument serta konstruk riset dikatakan valid dan reliable. Yang artinya jika seluruh instrument pertanyaan yang terdapat pada angket dapat menjelaskan suatu hal yang semestinya dilakukan pengukuran dalam butir instrument. Hasil data reliable artinya instrument itu bisa dipercayai dan dipakai menjadi sarana dalam mengumpulkan data sebab sarana pengukuran itu karena alat pengukuran itu sudah baik [26].

Semua variable pada riset tersebut dinyatakan valid sebab menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan dalam uji validitas variabel *Mobile Self Efficacy* (X1), Spending Habits (X2), Penggunaan Paylater (Y), dan Literasi keuangan (Z) mempunyai r terhitung $> 0,231$, sehingga data dalam semua butiran variable tersebut bisa dikatakan valid. Dan berdasarkan uji reliabilitas variabel *Mobile Self Efficacy* (X1) menghasilkan skor Cronbach Alpha sejumlah 0,397, variable Spending Habits (X2) menghasilkan skor Cronbach Alpha sejumlah 0,575, variable Penggunaan Paylater (Y) menghasilkan skor Cronbach Alpha sejumlah 0,229, serta variable Literasi keuangan (Z) menghasilkan skor Cronbach Alpha sejumlah 0,180 dan mampu dikatakan jika seluruh instrument atau kuisioner yang digunakan tersebut sangat reliable sebab mempunyai skor Cronbach Alpha melebihi 0,60.

Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik menggunakan program IBM SPSS 26 diperoleh hasil yaitu:

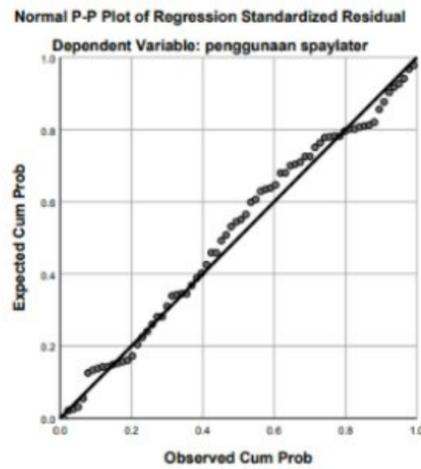
Tabel 2
Hasil Uji Normalitas

Kolmogorove Smirnov	Asymp.Sig	Kriteria	Keterangan
0,76	0,200	$> 0,05$	Berdistribusi Normal

Sumber : Data diolah, 2023.

Dari tabel 2 di atas diketahui jika skor *asympt.sign* sejumlah 0,200 ($0,200 > 0,05$). Sehingga bisa ditarik kesimpulan jika data dalam seluruh variable terdistribusi normal. Pengujian normalitas ke dua akan memakai pengujian grafik P-Plot yang akan menunjukkan data sebaran akan terdistribusi normal maupun tak normal. Dari output spss pengujian normalitasnya menggunakan grafik P-Plot, yaitu:

Tabel 3
Grafik P-Plot

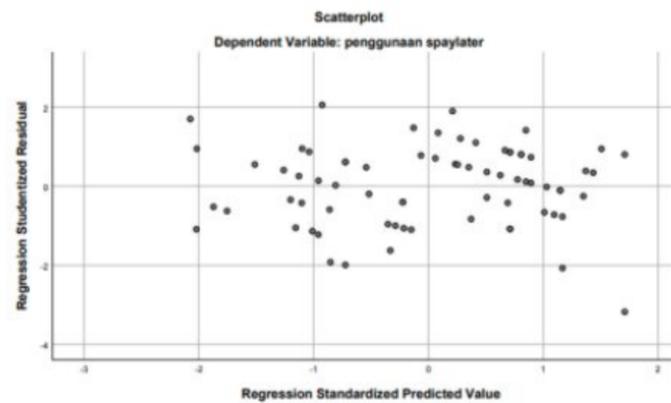


Sumber : Data diolah, 2023.

Dari grafik P-Plot diatas, bisa dipahami jika residu akan terdistribusi normal. Hal tersebut bisa dilihat atas informasi 2 titik yang ada pada sejumlah garis.

24

Tabel 4
Hasil Uji Heterokedasitas



Sumber : Data diolah, 2023.

Dari grafik scatterplots di atas menjelaskan jika titik akan tersebar random atau acak dan tak menciptakan pola serta menyebar kebawah atau di atas angka 0 pada sumbu y. Sehingga bisa ditarik kesimpulan jika data riset ini tidak terjadi heteroskedasitas.

13

Tabel 5
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Mobile Self Efficacy	0,868	1,153	Tak Timbul Multikolinearitas
Spending Habits	0,794	1,259	Tak Timbul Multikolinearitas
Literasi Keuangan	0,796	1,257	Tak Timbul Multikolinearitas
Dependent Variable : penggunaan Spaylater			

Sumber : Data diolah, 2023.

Dari table 5 di atas diketahui pengujian multikolinieritas dapat terbukti dengan memperhitungkan skor toleransi dan VIF. Skor VIF dalam variable *mobile self efficacy* sejumlah 1,153 ($1,153 > 10$), variable *spending habits* sejumlah 1,259 ($1,259 > 10$), variable literasi keuangan sejumlah 1,257 ($1,257 > 10$), dan bisa dikatakan regresi linier berganda yang dipergunakan pada riset tersebut terbebas dari multikolinieritas.

Analisis Uji Regresi Model I

Pengujian tersebut memakai analisa regresi linear berganda dengan analisa yang dibantu dengan SPSS 26. Analisa ini dilaksanakan selama dua kali sebab ada dua metode regresi dalam riset tersebut. sementara analisa jalur dilaksanakan guna memahami dampak langsung atau tidak langsung dalam variabelnya.

a) Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 6
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) (Model I)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.489 ^a	.239	.217	1.680

a. Predictors: (Constant), spending habits, mobile self efficacy

Sumber : Data diolah, 2023.

Dari pengujian statistic R^2 dalam table 6 menjelaskan jika skor R^2 yaitu 0,239 maupun 23,9%. Dalam Adjusted R^2 sejumlah 0,217 maupun 21,7%. Tersisa sejumlah 78,3% yang merupakan pengaruh variable lainnya yang tidak dilakukan dalam penelitian.

b) Uji F

Tabel 7
Hasil Uji F (Model I)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sign.
1	Regression	61.226	2	30.613	10.852	.000 ^b
	Residual	194.649	69	2.821		
	Total	255.875	71			

a. Dependent Variable: penggunaan spaylater

b. Predictors: (Constant), spending habits, mobile self efficacy

Sumber : Data diolah, 2023.

Dari hasil diatas, bisa dilihat jika skor F-terhitung sejumlah 10,852 melebihi skor F-table yakni 3,13 dan mempunyai skor signifikan sejumlah 0,000 yakni $< 0,05$, bisa ditarik kesimpulan jika variable *mobile self efficacy* dan *spending habits* dengan bersamaan memiliki pengaruh significant pada penggunaan spaylater.

c) Uji T

Tabel 8
Hasil Uji T (Model I)

Model		Unstandardize	Coefficient	Standardize	t	Sig.
		B	Std. Error	Betha		
1	(Constant)	11.011	2.769		3.977	.000
	mobile self efficacy	.300	.111	.298	2.702	.009
	spending habits	.268	.096	.307	2.782	.007

a. Variabel Dependen: penggunaan spaylater

Sumber : Datadiolah, 2023.

Dari table 8 di atas, dijelaskan jika variable *mobile self efficacy* mempunyai skor koefisien dalam meregresi sejumlah 0,009 memiliki nilai positive dan skor t-terhitung sejumlah 2,702 $>$ t-table 1.997 juga

berskor significant sejumlah $0,009 < 0,05$ berarti *mobile self efficacy* berpengaruh significant pada penggunaan spaylater serta dalam variable spending habits memiliki skor koefisien regresi yaitu sejumlah $0,007$ bernilai positif dan skor t-terhitung sejumlah $2,782 > t\text{-table } 1,997$ dan significant $0,007 < 0,05$ berarti spending habits memiliki pengaruh significant pada penggunaan spaylater.

Analisis Uji Regresi Model II

a) Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 9
Hasil Uji R^2 (Model II)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
2	.565 ^a	.319	.289	1.660

a. Predictors: (Constant), penggunaan spaylater, mobile self efficacy, spending habits

Sumber : Data diolah, 2023.

Dari table 9 di atas, bisa dilihat jika skor R^2 yaitu $0,319$ maupun $31,9\%$. Berarti variable *mobile self efficacy* dan spending habits bisa dijelaskan dengan variable pemakaian spaylater. Sementara Adjusted R^2 sejumlah $0,289$ maupun $28,9\%$. Tersisa sejumlah $71,1\%$ dan dijelaskan dengan variable lain yang tak di ujikan.

b) Uji F

Tabel 10
Hasil Uji F (Model II)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
2	Regression	87.790	3	29.263	10.623	.000 ^b
	Residual	187.321	68	2.755		
	Total	275.111	71			

a. Variable Dependent: literasi keuangan

b. Predictor: (Konstan), penggunaan spaylater, mobile self efficacy, spending habits

Sumber : Data diolah, 2023.

Dari hasil itu, bisa dilihat jika skor F-terhitung sejumlah $10,623 >$ atas skor F-table $3,13$ dan mempunyai skor significant sejumlah $0,000 < 0,05$, sehingga bisa ditarik kesimpulan jika variable penggunaan spaylater, spending habits dan *mobile self efficacy* dengan bersamaan memiliki pengaruh significant pada variabel literasi keuangan.

c) Uji T

Tabel 11
Hasil Uji T (Model II)

Model		Unstandardized	Coefficients	Standardized	t	Sig.
		B		Std. Error		
2	(Constant)	14.548	3.033		4.796	.000
	mobile self efficacy	.084	.116	.081	.729	.468
	spending habits	.210	.100	.232	2.091	.040
	penggunaan spaylater	.403	.119	.389	3.387	.001

a. Dependent Variable: literasi keuangan

Sumber : Data diolah, 2023.

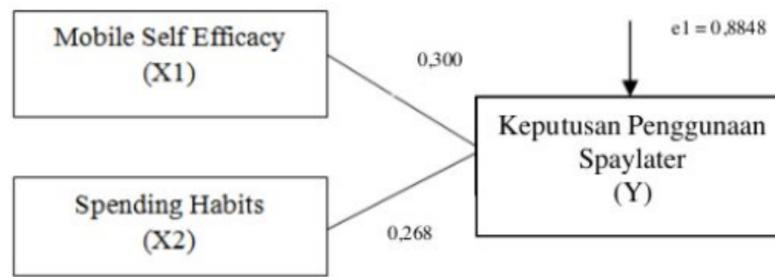
Dari hasil diatas, dijelaskan jika variable *mobile self efficacy* mempunyai skor koefisien regresi sejumlah $0,084$ serta mempunyai skor t-terhitung sejumlah $0,729 \leq t\text{-table } 1,997$ dan mempunyai skor significant sejumlah $0,468 > 0,05$ berarti *mobile self efficacy* tidak berpengaruh pada variabel literasi keuangan.

Variable spending habits bernilai t-terhitung sejumlah $2,091 \geq t\text{-table } 1,997$ terhadap skor signifikan $0,040 < 0,05$ berarti spending habits memiliki pengaruh positive dan significant pada literasi keuangan sedangkan dalam variable penggunaan spaylater memiliki skor t-terhitung sejumlah $3,387 \geq t\text{-table } 1,997$ terhadap skor signifikan $0,001 < 0,05$ artinya variable penggunaan spaylater memiliki pengaruh positive dan significant pada literasi keuangan.

Analisis Jalur (Path Analysis)

a) Koefisien Jalur Model I

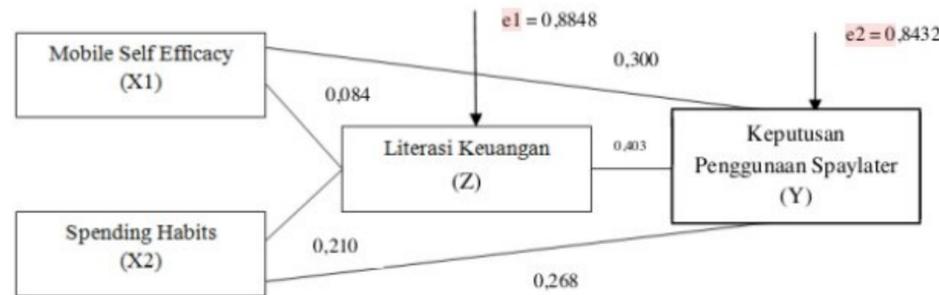
Berdasarkan output regresi model I dijelaskan jika besar skor Adjusted R^2 dalam table Model Summary I sejumlah 0,217. Berarti jika peran X1 (*Mobile Self efficacy*) dan X2 (spending habits) pada penggunaan spaylater sejumlah 21,7% sedangkan residunya 78,3% yaitu peran atas variable lain yang tidak digunakan dalam riset. Kemudian dalam memperoleh skor e1 bisa memakai rumus $e1 = \sqrt{1-0,217} = 0,8848$ sehingga gambar diagram jalur Model I yaitu:



Gambar 2. Diagram Jalur Model I

a) Koefisien Jalur Model II

Berfokus kepada output regresi Model II dijelaskan jika besar skor Adjusted R^2 dalam table Model Summary II sejumlah 0,289 sementara residunya 71,1% yaitu peran atas variable lainnya yang tidak digunakan dalam riset. Kemudian dalam memperoleh skor e2 bisa memakai rumus $e2 = \sqrt{1-0,289} = 0,8432$. Sehingga gambar diagram jalur Model II yaitu:



Gambar 3. Diagram Jalur Model II

Hasil diagram jalur I menjelaskan jika *mobile self efficacy* (X1) mampu memberi pengaruh langsung pada keputusan penggunaan spaylater (Y) serta mampu memberi pengaruh tidak langsung yakni *mobile self efficacy* (X1) ke literasi keuangan (Z) kemudian pada keputusan penggunaan spaylater (Y). besar dampak langsungnya yaitu (0,300) sementara besar dampak tidak langsung perlu diperhitungkan menggunakan koefisien tidak langsung sejumlah $(0,084) \times (0,403) = 0,034$ serta jumlah dampak yang didapat yakni $(0,084) + (0,034) = 0,118$. Dari hasil penghitungan itu didapatkan dampak langsung sejumlah 0,300 melebihi dampak tidak langsung sejumlah 0,034 sehingga menjelaskan jika dengan otomatis *mobile self efficacy* memiliki pengaruh pada keputusan penggunaan spaylater melalui literasi keuangan.

Sementara hasil diagram jalur II menjelaskan jika *spending habits* (X2) akan memiliki pengaruh langsung pada keputusan penggunaan spaylater (Y) serta memberi pengaruh tidak langsung yakni *spending habits* (X2) ke literasi keuangan (Z) kemudian pada keputusan penggunaan spaylater (Y). Besar dampak langsungnya yaitu 0,268 sementara besar dampak tidak langsung perlu diperhitungkan menggunakan koefisien tidak langsung yakni $(0,210) \times (0,403) = 0,085$ serta jumlah dampak yang didapat yakni $0,210 + 0,085 = 0,295$.

Dari hasil perhitungan pengaruh langsung sejumlah 0,268 serta pengaruh tidak langsung sejumlah 0,085 artinya dampak langsung lebih besar dari dampak tidak langsung, hasil tersebut menjelaskan jika dengan langsung spending habits berpengaruh pada keputusan penggunaan spaylater melalui literasi keuangan.

Pembahasan

Mobile Self Efficacy Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Penggunaan Spaylater

Dari pengujian statistic di atas menjelaskan jika variable *mobile self efficacy* memiliki pengaruh significant pada penggunaan spaylater. Penelitian tersebut memiliki hasil yang sama dan menunjukkan adanya pengaruh positif, faktor-faktor lain yang mempengaruhi sikap terhadap *mobile phone* serta marketplace juga dapat mencakup *self-efficacy* dan penggunaan teknologi mobile konsumen, hasil penelitian menunjukkan bahwa *mobile self efficacy* memiliki reliabilitas konstruk yang sangat tinggi, validitas konvergen, dan validitas diskriminan, serta berpengaruh signifikan terhadap sikap terhadap iklan seluler belanja online yang terdapat pada fitur mobile phone. Selanjutnya penelitian ini juga sesuai dan menyatakan temuan penelitian yang memberikan pemahaman lebih baik tentang faktor-faktor yang mungkin memengaruhi loyalitas di antara pelanggan yang menggunakan aplikasi belanja seluler. Temuan ini juga memberikan wawasan berharga tentang faktor-faktor yang perlu difokuskan oleh smartphone dan era digital elektronik ini untuk membangun kemandirian diri di antara pelanggan mereka menggunakan antarmuka seluler. Temuan penelitian yang lain juga menunjukkan bahwa mobile shopping juga menunjukkan bahwa adanya kenyamanan, kemudahan, dan control diri yang dirasakan. Penelitian lain juga menyimpulkan bahwa semua faktor penentu penting dari niat perilaku terhadap pembayaran seluler adalah *self-efficacy* karena faktor keputusan yang signifikan untuk dipertimbangkan dalam teknologi pembayaran mobile [27], [28], [29], [30].

Spending Habits Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Penggunaan Spaylater

Dari pengujian statistic di atas menjelaskan jika variable *spending habits* memiliki pengaruh significant pada penggunaan spaylater. Penelitian tersebut memiliki hasil yang sama dan menunjukkan bahwa cara hidup atau pemanfaatan dan dampak sosial mempengaruhi penggunaan spaylater dan sebagai akibatnya, perilaku belanja pada sebagian orang yang pada umumnya akan suka berbelanja, dengan spaylater membuat gaya hidup lebih mewah dan penggunaan spaylater memiliki dampak sosial mulai dari mentor dan promosi. Selanjutnya riset tersebut juga menjelaskan jika pendapatan, niat perilaku, serta pengaruh sosial semuanya memiliki dampak positif dan signifikan terhadap penggunaan shopee paylater. Selain itu, penggunaan shopee paylater memberikan dampak yang baik dan signifikan terhadap kebiasaan belanja masyarakat. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa kebiasaan berbelanja apalagi dengan adanya berbelanja online yang sangat memicu benak pelanggan dalam membeli, hasil riset yang lain juga menjelaskan jika keyakinan menggunakan spaylater memiliki pengaruh positive dan significant pada kebijakan membeli, memudahkan serta berpengaruh positive dan significant pada kebijakan membeli menggunakan spaylater, harga tidak memiliki pengaruh significant pada kebijakan membeli menggunakan spaylater [31], [32], [33], [34], [35].

Literasi Keuangan Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Penggunaan Spaylater

Dari pengujian statistic di atas menjelaskan jika variable literasi keuangan memiliki pengaruh significant pada penggunaan spaylater. Penelitian terdahulu juga memiliki hasil yang sama dan menunjukkan jika literasi keuangan memiliki pengaruh significant pada tindakan konsumtif, gaya hidup *user spaylater*. Dan penelitian lain menjelaskan kesamaan hasil jika literasi keuangan pada simpan pinjam dan pengelolaan keuangan menunjukkan pengukuran pada literasi keuangan cukup yang artinya pemahaman tentang literasi keuangan cukup baik. Selanjutnya penemuan riset tersebut menjelaskan kesamaan hasil yakni mendapatkan hasil jika literasi keuangan memiliki pengaruh positive pada keinginan penggunaan fintech payment paylater dalam marketplace shopee. Penelitian lain juga menunjukkan bahwa yang menggunakan layanan fintech atau elektronik cenderung lebih berhati-hati, tidak mudah tergoda, dan selalu mengevaluasi keputusan sehingga tidak menimbulkan kerugian di kemudian hari dan dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan sangat penting untuk membekali dalam memilih dan mengambil keputusan atas berbagai penawaran, khususnya produk dan layanan fintech. Kemudahan yang ditawarkan oleh metode pembayaran paylater ini menarik perhatian banyak pengguna platform online, namun dibalik keuntungannya diterima, perilaku pembelian impulsif mungkin muncul diikuti oleh rendahnya tingkat literasi keuangan dan digital literasi keuangan yang justru berujung pada keterpurukan membayar bunga tanpa disadari [36], [37], [38], [39], [40].

Mobile Self Efficacy Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Literasi Keuangan

Dari pengujian statistic di atas menjelaskan jika variable *mobile self efficacy* tidak memiliki pengaruh significant pada literasi keuangan. Riset tersebut memiliki hasil yang sama dan menunjukkan bahwa *mobile self efficacy* pada penerapan nilai maupun biaya, data dengan efektif, serta keamanan yaitu predictor tidak signifikan dari adopsi e-commerce, *self-efficacy* ditemukan menjadi faktor moderasi untuk adopsi layanan e-commerce. Riset lainnya menjelaskan kesamaan hasil jika makin besar kesadaran diri dalam penggunaan teknologi dalam

era digital tidak akan mempengaruhi keuangan karena semakin banyak wawasan akan mengelolah keuangan dengan baik. Sedangkan pada penelitian lain memperoleh hasil yang tidak sama yakni *mobile self efficacy* dapat berpengaruh signifikan terhadap literasi keuangan dan memiliki beberapa factor lainnya seperti smartphone yang didalamnya sudah terdapat banyak fitur untuk metode pembayaran seperti menggunakan barcode dan adanya fitur m-banking pada smartphone yang mempengaruhi literasi keuangan secara langsung. efek langsung yang kuat dari *mobile self efficacy* pada kepercayaan awal pengguna pada aplikasi serta risiko yang dirasakan dalam mengungkapkan informasi terlepas dari kepercayaan pada aplikasi yang sebenarnya dan menjadi terampil dalam smartphone dan aplikasi terbaru dapat menyebabkan pengguna lebih percaya pada penyedia aplikasi dan merasakan lebih sedikit risiko dalam aplikasi itu sendiri [41], [42], [43], [44].

Spending Habits Berpengaruh Signifikan Terhadap Literasi Keuangan

Dari pengujian statistic di atas menjelaskan jika variable *spending habits* memiliki pengaruh significant pada literasi keuangan. Riset tersebut memiliki hasil yang sama dan menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh pada kebiasaan berbelanja karena pada dasarnya literasi keuangan di indikasi akan mendukung finansial personal misalnya dalam hal perputaran uang yang selanjutnya akan mengontrol kebiasaan belanja setiap orang. Minimnya literasi keuangan menjadikan gagalnya pengelolaan finansial. Dan hasil riset yang sejenis dalam riset lain dan mendapatkan hasil bahwa literasi keuangan berpengaruh negative pada kebiasaan berbelanja dan sifat konsumtif serta hedonisme. Temuan penelitian lain yang telah dilakukan dan menjelaskan bahwa jika tidak memiliki pengetahuan yang memadai untuk mengelola keuangan terutama dalam mengelola investasi dan pinjaman. Hal ini mengakibatkan pengeluaran yang semakin ketat yang menyebabkan harus berurusan dengan pembayaran cicilan bulanan dalam jangka panjang. Temuan ini juga menunjukkan hasil yang sama bahwa kebiasaan belanja akan menciptakan konsumtif dan masalah dalam pengelolaan keuangan. Dan menjelaskan bahwa setiap orang berkemampuan menjadikan kebijakan yang tepat mengenai finansial dan tidak menimbulkan permasalahan dikemudian hari [45], [46], [47], [48], [49].

Mobile Self Efficacy Berpengaruh Terhadap Keputusan Penggunaan Spaylater Melalui Literasi Keuangan.

Berdasarkan analisis jalur menunjukkan bahwa *Mobile Self Efficacy* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan spaylater melalui literasi keuangan. Semakin besar dan semakin canggih teknologi sangat berpengaruh positif dan negative, banyaknya pinjaman online yang muncul dari berbagai aplikasi yang terdapat didalam smartphone dan hasil penelitian yang didapatkan semakin tinggi maka wawasan akan seberapa pentingnya keuangan akan terhindar dari perspektif negative yang ditimbulkan. Penelitian terdahulu menyatakan hasil yang sama bahwa dalam memanfaatkan teknologi yang mana lender serta borrower bisa menjalankan transaksi langsung. Sedangkan riset lainnya pun memperoleh kesamaan hasil jika kepercayaan diri pada suatu smartphone yang memiliki fitur keuangan didalamnya akan berpengaruh langsung terhadap literasi keuangan seseorang sehingga berpengaruh secara negative. Terdapat hal-hal penting yang dapat berpengaruh pada keinginan tindakan konsumen dan tindakan pengguna terhadap layanan pembayaran mobile yang sangat sering digunakan pada era digital ini. [50], [51], [52], [53], [54].

Spending Habits Berpengaruh Terhadap Keputusan Penggunaan Spaylater Melalui Literasi Keuangan.

Berdasarkan analisis jalur menunjukkan bahwa *spending habits* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan spaylater melalui literasi keuangan. *Spending habits* atau yang biasa dikenal dengan kebiasaan berbelanja dan gaya hidup konsumtif atau hedonisme sangat berpengaruh pada keuangan yang mengakibatkan keuangan terganggu dan hadirnya pinjaman online seperti spaylater menjadi jalan keluarnya. Hasil yang sama di dapatkan pada penelitian yang menunjukkan jika fitur Shopee E-Commerce memiliki pengaruh pada tindakan konsumtif. Selanjutnya dalam penelitian tersebut juga menyatakan bahwa *Financial Technology* bisa dipakai saat menyelesaikan permasalahan inklusi finansial karena dapat membentuk akses pelayanan finansial secara mudah dan menjelaskan program menjadi efektif disamping teknologi keuangan yang bertumbuh dalam hidup seseorang yang mendukung *cashless society* yakni membentuk electronic pembaruan yang tertuang dalam suatu paltforms aplikasi bernama e-wallet, Spay yaitu e-wallet yang populer di kalangan sekarang. Adanya perilaku konsumtif akibat *spending habits* yang dialami menyebabkan memiliki sikap keuangan yang buruk dalam perilaku konsumsinya dan akan mempengaruhi kondisi keuangan di masa depan jika tidak meningkatkan literasi keuangan. Perkembangan ecommerce yang di ikuti terhadap meningkatnya pembayaran digital sudah mendukung penetrasi fitur transaksi yang memiliki tujuan dalam menarik pelanggan. Peristiwa sekarang diindonesia yaitu fitur Paylaters. Fungsinya mirip terhadap kartu kredit yang memberi kemungkinan pelanggan dalam membeli secara terbatas. Banyak riset sebelumnya menunjukkan bahwa kartu kredit mengarah pada perilaku pembelian impulsif yang membuat konsumen merasa perlu untuk segera membeli dengan mengabaikan kegunaan produk yang dibeli. Karena fungsinya yang sama dengan kartu kredit [55], [56], [57], [58], [59], [60].

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian pada penyebaran kuisioner kepada 129 alumni dan hasil diatas dapat disimpulkan bahwa *mobile self efficacy* mempengaruhi keputusan penggunaan spaylater pada alumni akuntansi 2017. Hasil ini juga menunjukkan bahwa jika semakin tinggi pengaruh smartphone dan kurangnya efikasi diri, maka penggunaan spaylater juga akan semakin meningkat. Kemudian spending habits berpengaruh pada keputusan penggunaan spaylater. Semakin tinggi penggunaan spaylater maka akan sangat berpengaruh atau berdampak pada kebiasaan mengeluarkan atau membelanjakan uang. Berbanding terbalik dengan *mobile self efficacy* yang tidak mempengaruhi literasi keuangan karena jika smartphone digunakan dengan sebaik-baiknya dan mengerti akan mengelola keuangan dengan baik walaupun secanggih apapun teknologi juga tidak akan mempengaruhi apapun. Sedangkan spending habits sendiri sangat berpengaruh pada literasi keuangan karena kebiasaan mengeluarkan dan membelanjakan uang sangat mempengaruhi keuangan dan tidak memperhitungkan antara kebutuhan dan keinginan. *mobile self efficacy* berpengaruh terhadap penggunaan spaylater melalui literasi keuangan karena pengetahuan tentang bagaimana agar seseorang menjadi cerdas dalam literasi keuangan menjadi sebuah persoalan yang sangatlah penting. Sebab, potensi pengelolaan keuangan akan selaras dengan tingkat kebahagiaan hidup yang dimiliki. Sedangkan *spending habits* juga sangat berpengaruh pada penggunaan spaylater melalui literasi keuangan. Dan tidak hanya itu, hampir semua permasalahan hidup dan alasan kriminalitas adalah karena perekonomian atau kondisi keuangan yang buruk. Oleh karenanya, manfaat dari mempelajari literasi keuangan sangatlah penting dalam membantu untuk membuat keputusan finansial secara tepat sehingga meminimalisasi masalah ke depannya. Selain itu, juga bisa terhindar dari berbagai tindak penipuan dan risiko keuangan lainnya yang rawan terjadi pada produk finansial digital atau *online*. Manfaat dari mempelajari literasi keuangan adalah kemampuan dalam membuat perencanaan keuangan, mengelola utang, dan berinvestasi menjadi semakin baik. Dipenelitian ini membuktikan bahwa persepsi pelanggan marketplace online dan perilaku konsumtif dengan bersamaan berpengaruh kepada kebijakan membeli menggunakan shopee paylater.

Saran dalam penelitian ini adalah bagi alumni akuntansi 2017 bahwa harus sadar perlunya literasi keuangan pada pengendalian finansial sebab factor tersebut yaitu hal utama pada saat melaksanakan suatu kehidupan yang mana berguna dimasa depan. Sekaligus alumni agar lebih bijaksana dalam melakukan kegiatan belanja, dan membeli barang-barang yang sesuai dengan kebutuhan supaya tidak memunculkan kerugian baik dengan finansial atau sosial. Bagi peneliti selanjutnya bisa meluaskan kondisi riset karna terbatasnya di alumni akuntansi 2017 universitas muhammadiyah sidoarjo saja, penelitian yang selanjutnya bisa lebih luas dan menjangkau daerah atau lingkungan yang memiliki sifat konsumtif yang tinggi. Terdapat keterbatasan pada riset ini, maka diharap penelitian berikutnya yang menggunakan tema yang sama diwaktu mendatang untuk memakai variable lain di luar variable pada riset tersebut agar mampu melihat kontribusi variabel lain serta menggunakan subjek dan kriteria yang lebih beragam dan berbeda dari penelitian ini sehingga dapat menggambarkan lebih banyak situasi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] APJII, "Laporan Survei Internet APJII 2019 – 2020.," No. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, Pp. 1–146, 2020.
- [2] L. Octaviani And A. Sudrajat, "Fenomena Perilaku Belanja Online Sebagai Alternatif Pilihan Konsumsi Di Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya," *Paradigma*, Vol. 4, No. 09040564205, Pp. 1–6, 2016.
- [3] I. Ali And N. F. Warraich, "The Relationship Between Mobile Self-Efficacy And Mobile-Based Personal Information Management Practices: A Systematic Review," *Libr. Hi Tech*, Vol. 39, No. 1, Pp. 126–143, 2021, Doi: 10.1108/LHT-06-2019-0116.
- [4] J. Mahat, A. Fauzi, M. Ayub, And S. Luan, "An Assessment Of Students ' Mobile Self-Efficacy , Readiness And Personal Innovativeness Towards Mobile Learning In Higher Education In Malaysia," Vol. 64, Pp. 284–290, 2012, Doi: 10.1016/J.Sbspro.2012.11.033.
- [5] A. Bandura, "Self-Efficacy: Toward A Unifying Theory Of Behavioral Change.," *Psychol. Rev.*, Vol. 84(2), Pp. 191–215, 1977.
- [6] C. R. Mafé And S. S. Blas, "Explaining Internet Dependency: An Exploratory Study Of Future Purchase Intention Of Spanish Internet Users," Vol. 16, P. Ruiz Mafé, C. And Sanz Blas, S. (2006), "Explaining, 2006, Doi: <https://doi.org/10.1108/10662240610690016>.
- [7] M.-J. Kim And J. Park, "Mobile Phone Purchase And Usage Behaviours Of Early Adopter Groups In Korea," Vol. 33 No. 7, No. Behaviour & Information Technology, Pp. 693–703, 2014, Doi: <https://doi.org/10.1080/0144929X.2013.796001>.
- [8] L. Farrell, T. R. L. Fry, And L. Risse, "The Significance Of Financial Self-Efficacy In Explaining Women's Personal Finance Behaviour," *J. Econ. Psychol.*, Vol. 54, Pp. 85–99, 2016, Doi: 10.1016/J.Joep.2015.07.001.
- [9] C. Kompas, "Daftar 10 Marketplace Online Paling Ramai Pengunjung Di Asia Tenggara," 2021. <https://tekno.kompas.com/read/2021/05/10/15270037/daftar-10-marketplace-online-paling-ramai-pengunjung-di-asia-tenggara?page=all>
- [10] Setyaningsih Oktania, "Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan E-Commerce Terhadap Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Dan Loyalitas Pada Produk Fashion," *J. Bisnis Manaj.*, Vol. 14, No. 1, Pp. 67–80, 2014.
- [11] M. Orinaldi, "Peran E-Commerce Dalam Meningkatkan Resiliensi Bisnis Diera Pandemi," *ILTIZAM J. Syariah Econ. Res.*, Vol. 4, No. 2, P. 36, 2020, Doi: 10.30631/Iltizam.V4i2.594.
- [12] W. C. Mitchell, "The Backward Art Of Spending Money.," *New York;London Mcgraw-Hill B. Company, Inc.*, 2008.
- [13] C. Kompas, "Penjelasan Shopee Soal Tagihan Spaylater Yang Membengkak Dari Rp 400.000 Jadi Rp 17 Juta," 12-7-2021, 2021. <https://www.kompas.com/tren/read/2021/07/13/094050765/penjelasan-shopee-soal-tagihan-spaylater-yang-membengkak-dari-rp-400000?page=all>
- [14] O. Aditya, "E-Commerce Shopping Experience Towards College Student's Intention To Adopt E Commerce In The Future: Tam And Self Efficacy Approach," *J. Manag. Bus.*, Vol. 3, No. 3, Pp. 129–142, 2020.
- [15] S. . Fauziah And S. Ashfiasari, "Pengaruh Social Influence Dan Self-Efficacy Terhadap Intention To Use Mobile Payment System Pada Pengguna E-Wallet," *J. Ekon. Manajemen, Bisnis Dan Sos.*, Vol. 1, No. 4, P. 307, 2021, [Online]. Available: <https://embiss.com/index.php/embiss>
- [16] M. Y. Ardiansyah And M. S. Budiani, "Hubungan Kontrol Diri Dan Financial Literacy Dengan Compulsive Buying Pada Pengguna Aplikasi Belanja Online," *Penelit. Psikol.*, Vol. 8, No. 6, 2021.

- [17] S. N. S. Wahyuningtyas, "Pengaruh Literasi Keuangan, Kualitas Layanan E-Commerce, Dan Promosi Penjualan Online Terhadap Perilaku Belanja Online," *JPEKA J. Pendidik. Ekon. Manaj. Dan Keuang.*, Vol. 5, No. 1, Pp. 47–60, 2021, Doi: 10.26740/Jpeka.V5n1.P47-60.
- [18] S. Hermawan And Amirullah, "Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif," *Metod. Penelit. Bisnis Bandung*, P. 264, 2016.
- [19] Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.," *Alfabeta*, Vol. 39, 2016, Doi: 979-8433-71-8.
- [20] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta., 2012.
- [21] C. A. Compeau, D.R. & Higgins, "Computer Self-Efficacy: Development Of A Measure And Initial Testcomputer Self-Efficacy: Development Of A Measure And Initial Test," Vol. Vol. 19, Pp. 189–211, 1995, Doi: <https://doi.org/10.2307/249688>.
- [22] M. Cummins Mcelprang, J. Haskell, And S. Jenkins, "Financial Attitudes And Spending Habits Of University Freshman," *Proc. Acad. Econ. Econ. Educ.*, Vol. 8, No. 1, Pp. 3–6, 2009.
- [23] R. P. Sari, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, Dan Resiko Terhadap Penggunaan Internet Banking Nasabah Bank Mandiri Di Surabaya," *Stie Perbanas Surabaya.*, 2017, [Online]. Available: <http://eprints.perbanas.ac.id/id/eprint/2889>
- [24] A. Lusardi And O. S. Mitchell, "Baby Boomer Retirement Security: The Roles Of Planning, Financial Literacy, And Housing Wealth," *J. Monet. Econ.*, Vol. 54, No. 1, Pp. 205–224, Jan. 2007, Doi: 10.1016/J.jmoneco.2006.12.001.
- [25] L. Mandell, "The Financial Literacy Of Young American Adults," *J. Behav. Exp. Financ.*, Vol. 19, Pp. 64–71, 2008, [Online]. Available: <https://scihub.tw/https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5580338>
- [26] Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta., 2014.
- [27] C.-C. Lee And M.-C. Hsieh, "The Influence Of Mobile Self-Efficacy On Attitude Towards Mobile Advertising," *Ieee*, 2009, Doi: 10.1109/NISS.2009.91.
- [28] Rakhi Thakur, "The Role Of Self-Efficacy And Customer Satisfaction In Driving Loyalty To The Mobile Shopping Application," *Int. J. Retail Distrib. Manag.*, Vol. Vol. 46 No, No. 0959–0552, 2018, Doi: <https://doi.org/10.1108/IJRDM-11-2016-0214>.
- [29] J. Lee, Thaemin. Park, Cheol . Jun, "Two Faces Of Mobile Shopping: Self-Efficacy And Impulsivity," *Int. J. E-Bus. Res.* 10(1), P. 18, 2014, Doi: 10.4018/Ijebr.2014010102.
- [30] M.-I. R. M. Jaradat And K. M. S. Faqih, "Investigating The Moderating Effects Of Gender And Self-Efficacy In The Context Of Mobile Payment Adoption: A Developing Country Perspective," *Int. J. Bus. Manag.*, Vol. 9, No. 11, Pp. 147–169, 2014, Doi: 10.5539/Ijbm.V9n11p147.
- [31] U. Salamah, "The Effect Of Shopee Paylater On Student Consumption Behavior," *Rev. Multidiscip. Educ. Cult. Pedagog.*, Vol. 1, No. 3, Pp. 21–24, 2022, [Online]. Available: <https://ojs.transpublika.com/index.php/ROMEO/>
- [32] L. Agustin, "Evaluation Of Factors Influencing The Shopee Paylater Adoption In Indonesia," Vol. 2, No. 2, Pp. 5–18, 2022.
- [33] R. Susanti, F., & Yosefly, "Online Purchase Decisions On The Online Buying Site "Shopee" Viewing From The Variables Of Trust, Easy And Price.," Vol. 1, No. 2, Pp. 123–131, 2021, Doi: 10.24036/Jkmp.V1i1.
- [34] A. R. & H. A. K. H. Thorson., "Buy Now, Pay Later: Family Communication Patterns Theory, Parental Financial Support, And Emerging Adults' Openness About Credit Card Behaviors," *J. Fam. Commun.*, Vol. 14, No. Volume 1Family Communication Patterns Theory: Historical Developments, Empirical Applications, And Future Directions, Pp. 53–71, 2014.

- [35] M. A. Hjorthol And I. Helene, "Students : Supervisor : Consumers ' Willingness To Incur Debt With ' Buy Now Pay Later ' Payment Options Program :," 2021.
- [36] Sufyati HS And Alvi Lestari, "Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial," *J. Multidisiplin Madani*, Vol. 2, No. 5, Pp. 2415–2430, 2022, Doi: 10.55927/Mudima.V2i5.396.
- [37] M. W. Nursinta, L. A., Subagyo, & Widodo, "Pemahaman Literasi Keuangan Dalam Penggunaan Pinjaman Online Pada E-Commerce Shopee Paylater.," *Semin. Nas. Manajemen, Ekon. Dan Akunt.*, Vol. 7(1), 332–, Pp. 332–340, 2022.
- [38] M. Selvy, Diana Putri And Listiana Sri, "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan Fintech Payment (Paylater) Pada Shopee," 2022, [Online]. Available: [Http://Repo.Bunghatta.Ac.Id/Id/Eprint/9216](http://Repo.Bunghatta.Ac.Id/Id/Eprint/9216)
- [39] Hanna Prillysca Chernovita, "The Role Of Financial Literacy To Suppress Temptation Of Using Paylater Service," *Int. Bus. Res. Malaysia*, 2020, Doi: 10.1109/ISCAIE47305.2020.9108830.
- [40] R. T. Wulandari And S. M. Damayanti, "The Importance Of Digital Financial Literacy To Anticipate Impulsive Buying Behavior In Buy-Now-Pay-Later Mode," Vol. 4, No. 3, Pp. 170–182, 2022.
- [41] M. A. Islam, M. A. Khan, T. Ramayah, And M. M. Hossain, "The Adoption Of Mobile Commerce Service Among Employed Mobile Phone Users In Bangladesh: Self-Efficacy As A Moderator," *Int. Bus. Res.*, Vol. 4, No. 2, 2011, Doi: 10.5539/ibr.V4n2p80.
- [42] Purba, "Pengaruh Literasi Digital Dan Literasi Keuangan Terhadap Penggunaan Fitur Mobile Banking", [Online]. Available: [Http://Digilib.Unimed.Ac.Id/Id/Eprint/49899](http://Digilib.Unimed.Ac.Id/Id/Eprint/49899)
- [43] A. A. Mark J. Keith, Jeffry S. Babb, Paul Benjamin Lowry, Christopher P. Furner, "The Role Of Mobile-Computing Self-Efficacy In Consumer Information Disclosure," *Reframing Priv. A Networked World*, P. 69, 2015, Doi: [Https://Doi.Org/10.1111/Isj.12082](https://doi.org/10.1111/Isj.12082).
- [44] Y. L. Hsin Hsin, Chang. Kit, Hong Wong. Shi, "Applying Push-Pull-Mooring To Investigate Channel Switching Behaviors: M-Shopping Self-Efficacy And Switching Costs As Moderators," *Int. J. E-Commerce Res. Appl.*, Vol. 24, Pp. 50–67, 2017, Doi: [Https://Doi.Org/10.1016/J.Elerap.2017.06.002](https://doi.org/10.1016/J.Elerap.2017.06.002).
- [45] U. Maranatha, "Pengaruh Literasi Keuangan , Dan Penjurusan Terhadap Spending Habit," Vol. 11, No. 2, Pp. 163–176, 2021, Doi: 10.37478/Als.V11i2.874.
- [46] Y. M. Manik And M. B. D. Dalimunthe, "Literasi Keuangan Dan Pengaruhnya Terhadap Hedonisme Mahasiswa," *J. Pendidik. Ekon. UM Metr*, Vol. 7, No. 2, Pp. 66–76, 2019.
- [47] D. Andriani And N. Nugraha, "Spending Habits And Financial Literacy Based On Gender On Employees," *IOP Conf. Ser. Mater. Sci. Eng.*, Vol. 407, No. 1, Pp. 0–6, 2018, Doi: 10.1088/1757-899X/407/1/012089.
- [48] A. Md Hafizi, "Financial Literacy Research On Undergraduate Students In Malaysia : Current Literature And Research," *Int. J. Asian Manag.*, Vol. 1, No. 11, Pp. 1–12, 2013.
- [49] M. F. S. Abdullah, "The Influence Of Financial Literacy On Student Spending Habit At Uitm Malacca City Campus Prepared For : Madam Farah Shazlin Binti Johari Prepared By : Mohamad Faiz Syafiq Bin Abdullah Bachelor In Office Systems Management (Hons .) University Teknologi," *J. Off. Manag. Technol.*, 2016.
- [50] Y. Rayhan, "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Financial Teknologi (Fintek) Pada Layanan Pinjaman Online.," 2022, [Online]. Available: [Http://E-Journal.Uajy.Ac.Id/Id/Eprint/27147](http://E-Journal.Uajy.Ac.Id/Id/Eprint/27147)
- [51] S. PUTRI, Namira Maulida Eka; ANDARINI, "Pengaruh Self Control Dan Financial Attitude Terhadap Financial Management Behavior Pengguna Layanan Buy Now Pay Later.," Vol. 21, No. 1, Pp. 60–74, 2022.
- [52] Kim, Y., Park, Y.J., Choi, J. And Yeon, J., "An Empirical Study On The Adoption Of 'Fintech' Service:

- Focused On Mobile Payment Services.," *J. Adv. Sci. Technol. Lett.*, Vol. 114(26), P. Pp.136-140, 2015.
- [53] Y. K. Upadhyay, N., Upadhyay, S., Abed, S.S. And Dwivedi, "Consumer Adoption Of Mobile Payment Services During COVID-19," *Int. J. Bank Mark.*, Vol. Vol. 40 No, Pp. 960–991, 2022, Doi: <https://doi.org/10.1108/IJBM-06-2021-0262>.
- [54] J. Cao, J. Li, Y. Wang, And M. Ai, "The Impact Of Self-Efficacy And Perceived Value On Customer Engagement Under Live Streaming Commerce Environment," *Secur. Commun. Networks*, Vol. 2022, 2022, Doi: 10.1155/2022/2904447.
- [55] G. U. Fauziah And N. Nurochani, "Syari ' Ah Economics The Influence Of Shopee ' S E-Commerce Features On Islamic Consumption Behavior : A Case Study Of Stei Student Ar-Risalah Ciamis Fauziah & Nurochani," Vol. 6, No. 1, Pp. 53–64, 2022.
- [56] T. R. Hanifah And I. Mukhlis, "Pengaruh Efektivitas, Hedonis, Kemanfaatan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa Universitas Negeri Malang Dalam Menggunakan Layanan ShopeePay: Pendekatan Technology Acceptance Model," *Ecobisma (Jurnal Ekon. Bisnis Dan Manajemen)*, Vol. 9, No. 2, Pp. 69–83, 2022, Doi: 10.36987/ECobi.V9i2.2711.
- [57] C. M. Trisuci And F. I. N. Abidin, "The Influence Of The Use Of Instagram Social Media, Lifestyle, Financial Attitude, And Ease Of Digital Payment Facilities In Mobile Banking On Consumptive Behavior In Students During The Covid-19 Pandemic Through The Role Of Financial Literacy As A Modera," *Indones. J. Law Econ. Rev.*, Vol. 16, 2022, Doi: <https://doi.org/10.21070/Ijler.V15i0.781>.
- [58] Y. Z. Yuqiu Cai, Yuqi Lang, Shulan Zheng, "Research On The Influence Of E-Commerce Platform To Agricultural Logistics : An Empirical Analysis Based On Agricultural Product Marketing," *Int. J. Secur. Its Appl.*, Vol. Vol.9 No.1, P. Pp.287-296, 2015, [Online]. Available: <https://www.earticle.net/article/A255730>
- [59] Y. Hilmi, Luqman Dzul And Pratika, "Paylater Feature: Impulsive Buying Driver For E-Commerce In Indonesia," *Int. J. Econ. Bus. Account. Res.*, Vol. 5 (2), No. 2614–1280, Pp. 63–76, 2021, [Online]. Available: <http://eprints.umm.ac.id/id/eprint/75324>
- [60] K. Silvia, Damayanti. Yusuf, Durachman. Eva, "Factors Analysis Of Interest In Using Pay Later In E-Commerce Applications Using Principal Component Analysis And Maximum Likelihood Estimation Methods," *Int. Conf. Cyber IT Serv. Manag.*, 2022, Doi: 10.1109/CITSM56380.2022.9936014.

SKRIPSI (RAFIKA) FIX

ORIGINALITY REPORT

9%

SIMILARITY INDEX

8%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	ejournal.unib.ac.id Internet Source	2%
2	dspace.uii.ac.id Internet Source	1%
3	journal.unifa.ac.id Internet Source	1%
4	www.coursehero.com Internet Source	<1%
5	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	<1%
6	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	<1%
7	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	<1%
8	ejurnal.stieipwija.ac.id Internet Source	<1%
9	journal.umuslim.ac.id Internet Source	<1%

10	journal.unesa.ac.id Internet Source	<1 %
11	senapan.upnjatim.ac.id Internet Source	<1 %
12	www.ejournal-s1.undip.ac.id Internet Source	<1 %
13	jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id Internet Source	<1 %
14	ejournal.insuriponorogo.ac.id Internet Source	<1 %
15	ejournal.unesa.ac.id Internet Source	<1 %
16	inovasi.umsida.ac.id Internet Source	<1 %
17	eprints.uns.ac.id Internet Source	<1 %
18	journal.ubm.ac.id Internet Source	<1 %
19	jurnal.polines.ac.id Internet Source	<1 %
20	docplayer.info Internet Source	<1 %
21	Amalinda Saskya Octarina, Rifki Khoirudin. "Analisis peran kredit investasi terhadap	<1 %

pertumbuhan ekonomi di Indonesia", Jurnal Paradigma Ekonomika, 2022

Publication

-
- 22 journal.maranatha.edu <1 %
Internet Source
-
- 23 repositori.uin-alauddin.ac.id <1 %
Internet Source
-
- 24 repository.radenintan.ac.id <1 %
Internet Source
-
- 25 repository.uinjkt.ac.id <1 %
Internet Source
-
- 26 Nurul Latifah, Evi Fitriyanti. "Hubungan Pola Asuh Orang Tua Permisif dengan Moral Tidak Baik Remaja dan Implikasinya terhadap Konseling Perorangan", Psychocentrum Review, 2021 <1 %
Publication
-
- 27 Irfan Ali, Nosheen Fatima Warraich. "The relationship between mobile self-efficacy and mobile-based personal information management practices", Library Hi Tech, 2020 <1 %
Publication
-

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On