

**PENGARUH SPENDING HABITS, FINANCIAL LITERACY,
DAN FINANCIAL ATTITUDE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MENGGUNAKAN FITUR SHOPEE PAYLATER
PADA GENERASI MILLENIAL DI KABUPATEN SIDOARJO**

Oleh:

Ayu Stya Ningrum

Sigit Hermawaan

Progam Studi Akuntansi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Mei, 2025

Pendahuluan

❖ Latar Belakang

Di era digital saat ini, teknologi memiliki peran penting bagi manusia untuk menjalankan aktivitas sehari-hari. Salah satu teknologi yang saat ini banyak digunakan adalah internet. Ecommerce menjadi salah satu layanan yang saat ini banyak diakses melalui internet. Salah satu layanan ecommerce dengan jumlah kunjungan paling tinggi di Indonesia saat ini adalah shopee. Salah satu fitur yang menarik dari metode pembayaran shopee adalah tersedianya opsi shopee paylater

Fitur shopee paylater adalah metode pembayaran kredit yang tersedia diplatform shopee. Beberapa kasus yang saat ini viral di sosial media mengenai penggunaan fitur shopee paylater. Menurut dari sumber berita liputan 6 mengatakan bahwa data menunjukkan total hutang pengguna fitur shopee paylater meningkat hingga mencapai Rp 6,81 Triliun per mei 2024.

Hal Tersebut mencerminkan tingginya minat masyarakat terhadap kemudahan penggunaan layanan kredit instan. Kemudahan ini mendorong masyarakat untuk berbelanja secara impulsif dan berpotensi pada pemborosan. Hal ini menunjukkan pentingnya pengelolaan keuangan yang baik, yang sangat dipengaruhi oleh spending habits (kebiasaan belanja), financial literacy (literasi keuangan), financial attitude (sikap keuangan)

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori perilaku konsumen dan teori perilaku terencana. Teori perilaku konsumen menggambarkan bagaimana perilaku konsumen dalam mencari, membeli dan mengeluarkan uang untuk barang dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhan hidup. Sementara itu, teori perilaku terencana menjelaskan bahwa tindakan seseorang dipengaruhi oleh niat yang terbentuk dari 3 faktor yakni sikap perilaku, tekanan sosial dan persepsi kontrol perilaku.

Rumusan Masalah Dan Tujuan Penelitian

Rumusan Masalah

Apakah spending habits, financial literacy dan financial attitude berpengaruh pada keputusan pembelian menggunakan fitur shopee paylater

Tujuan Penelitian

Untuk menganalisis dan mengetahui apakah spending habits, financial literacy dan financial attitude berpengaruh pada keputusan pembelian menggunakan fitur shopee paylater

Metode Penelitian

JENIS PENELITIAN

Metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan kausalitas

POPULASI

Seluruh masyarakat generasi millennial pengguna shopee paylater di Kabupaten Sidoarjo



TEKNIK ANALISIS

Penelitian ini menggunakan SPSS

JENIS DATA

Penelitian ini menggunakan jenis data sprimer yang diperoleh dari kuisisioner

SAMPEL

Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling dan Jumlah populasi dihitung menggunakan rumus lemeshow. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari rumus lemeshow, maka nilai sampel (n) yang didapatkan sebesar 96,04

Hasil Penelitian

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-3,568	,443		-8,057	,000
	Spending habits	,364	,036	,295	10,086	,000
	Financial literacy	,721	,027	,722	26,677	,000
	Financial attitude	,072	,031	,046	2,309	,023

a. Dependent Variable: Y1

Berdasarkan hasil uji t di atas, diperoleh bahwa semua variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen dalam model regresi. variabel *spending habits* memiliki koefisien 0,364, nilai *t-statistic* 10,086, dan *p-value* 0,000, menunjukkan adanya pengaruh positif signifikan. Variabel *financial literacy* memiliki nilai koefisien 0,721, *t-statistic* 26,677, dan *p-value* 0,000 menandakan bahwa adanya pengaruh positif yang signifikan. Kemudian variabel *financial attitude* memiliki hasil koefisien sebesar 0,072, *t-statistic* 2,309, dan *p-value* 0,023 menunjukkan pengaruh yang signifikan

PEMBAHASAN

Spending Habits Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Fitur Shopee Paylater

Hasil uji t menunjukkan bahwa *Spending Habits* berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan pembelian menggunakan fitur shopee *paylater*

Semakin tinggi intensitas seseorang dalam berbelanja maka akan semakin besar pula kecenderungannya untuk memanfaatkan layanan cicilan seperti shopee *paylater*. Dengan adanya fitur ini memungkinkan konsumen untuk tetap memenuhi keinginannya dalam berbelanja meskipun belum memiliki uang tunai secara langsung.

Financial Literacy Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Fitur Shopee Paylater

Hasil uji t menunjukkan bahwa *Financial Literacy* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan fitur shopee *paylater*

semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki oleh seseorang, maka semakin besar pula kemungkinan mereka untuk menggunakan shopee *paylater* secara sadar dan terencana. Konsumen dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung lebih berhati-hati dalam membuat keputusan keuangan yang lebih tepat dan menetapkan prioritas untuk kebutuhan mereka.

PEMBAHASAN

Financial Attitude Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Fitur Shopee Paylater

Hasil uji t menunjukkan bahwa *Financial Attitude* berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan pembelian menggunakan fitur shopee *paylater*

Berdasarkan hasil penyebaran kuisisioner yang telah dilakukan dalam penelitian, responden memiliki perencanaan dan dapat mengendalikan pengeluaran setiap bulan dan memiliki keinginan untuk menabung, sehingga mampu melakukan evaluasi terhadap kondisi keuangan dengan bijaksana. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik sikap keuangan seseorang, maka akan semakin tinggi kemungkinan mereka untuk lebih selektif dan bijaksana dalam mengelola keuangan pribadinya, termasuk dalam pengambilan keputusan untuk menggunakan layanan kredit digital seperti shopee *paylater*

Manfaat Penelitian

▪ **Manfaat Teoritis**

Penelitian ini memiliki manfaat teoritis dan praktis. Secara teoritis, penelitian ini memperkaya literatur dalam bidang akuntansi perilaku dan keuangan konsumen dengan membuktikan adanya pengaruh spending habits, financial literacy, dan financial attitude terhadap keputusan pembelian menggunakan fitur Shopee Paylater, serta menguatkan relevansi teori perilaku konsumen dan teori perilaku terencana dalam konteks digital.

▪ **Manfaat Praktis**

Penelitian ini memiliki manfaat praktis untuk membantu merancang program edukasi keuangan yang lebih efektif untuk generasi milenial, sehingga mereka lebih memahami pentingnya perencanaan keuangan dan pengelolaan utang. Hasil penelitian juga dapat digunakan oleh penyedia layanan keuangan seperti shopee untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih tepat, dengan menekankan pentingnya literasi keuangan dan sikap positif.

Referensi

- [2] M. Zigari, A. J. Malik, V. M. Fadla, H. Sulaikah, and W. A. Safitri, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Menggunakan Paylater Pada Mahasiswa Di Kota Makassar,” *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)*, vol. 4, no. 2, pp. 171–182, Dec. 2023, doi: 10.31289/jimbi.v4i2.1727.
- [5] similarweb, “Top Ecommerce & Shopping Websites in Indonesia Ranking Analysis for October 2024,” indonesia, Nov. 2024.
- [8] F. D. Angelista, L. D. Anggraini, and A. U. Putri, “Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Pengguna Shopee Paylater,” *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, vol. 4, no. 3, pp. 696–705, 2024, doi: 10.47065/jtear.v4i3.1197.
- [9] Tira Santia, “Utang Orang Indonesia Pakai Paylater Tembus Rp 6,81 Triliun, Kamu Ada?,” *Liputan 6*. Accessed: Nov. 29, 2024. [Online]. Available: <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5637864/utang-orang-indonesia-pakai-paylater-tembus-rp-681-triliun-kamu-ada?page=3>
- [16] J. Khatib Sulaiman, W. Lestari Siregar, A. Yulastri, N. Jalinus, and U. Negeri Padang, “Analisis Perilaku Konsumen dalam Transaksi di e-Commerce,” *Indonesian Journal of Computer Science Attribution*, vol. 12, no. 6, p. 4110.
- [17] E. Safitri, F. Sriyunianti, N. Chandra, L. Keuangan, S. Keuangan, and dan Perilaku Pengelolaan Keuangan, “Pengaruh Literasi Keuangan dan Sikap Keuangan terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan UMKM (Studi Kasus pada Usaha Mikro Bidang Kerajinan di kota Padang),” 2023. [Online]. Available: <https://akuntansi.pnp.ac.id/jabei>
- [36] M. H. Setiawan, R. Komarudin, and D. N. Kholifah, “Pengaruh Kepercayaan, Tampilan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pemilihan Aplikasi Marketplace,” *Jurnal Infortech*, vol. 4, no. 2, p. 141, 2022.

Referensi

- [40] S. Wahyuni and S. Hermawan, “The Influence of Financial Literacy and Spending Habits on Purchasing Decisions with Locus of Control as Intervening Variables for Implementing SDGs NO.8 [Pengaruh Literasi Keuangan dan Spending Habits terhadap Keputusan Pembelian dengan Locus of Control sebagai Variabel Intervening untuk Implementasi SDGs No.8],” Apr. 2024.
- [41] M. Al Faridho Awwal, T. Diva Agustina, P. Hansur, and B. Kuala, “THE INFLUENCE OF SPENDING HABITS, SPIRITUAL INTELLIGENCE, AND FINANCIAL LITERACY ON THE FINANCIAL MANAGEMENT OF STUDENTS (CASE STUDY OF AR-ROYAN BAITUL HAMDY STUDENT BOARDING SCHOOL YOGYAKARTA).”
- [44] F. nur Aini, “Pengaruh Literasi keuangan, Kepercayaan, Dan Keamanan Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace,” *E Jurnal Ekonomi & Bisnis*, vol. 10, pp. 991–1000, Jul. 2021, [Online].
- [45] L. Tribuana, P. Studi, A. Stie, and S. Subang, “Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi) PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PENGENDALIAN DIRI DAN KONFORMITAS HEDONIS TERHADAP
- [50] S. Emaziah, “Pengaruh Self Control, Financial Attitude, dan Financial Literacy terhadap Financial Management Behavior pengguna Shopee Paylater di Kabupaten Kebumen,” 2024.
- [51] Khomala Toriq, “Pengaruh Self Control Dan Financial Attitude terhadap Financial Management Behavior Dalam perspektif Bisnis Islam (Studi Pengguna Shopee Paylater pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Intan Lampung),” 2024.
- [52] Putri Nmira, “Pengaruh Self Control Dan Financial Attitude Terhadap Financial Management Behavior Pengguna Layanan Buy Now Pay Later,” *JEAM*, vol. 21, Apr. 2022.

