

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR

A. Kajian Teori

1. Religiusitas Islam

a. Definisi Religiusitas

Religiusitas berasal dari bahasa Latin “religio” dari akar kata Religiusitas yang berarti mengikat.¹ Religiusitas dikatakan berasal dari kata religi², yang berarti agama tidak hanya diwujudkan dengan praktik ritual peribadatan, tetapi juga diwujudkan dalam aktivitas-aktivitas lainnya. Jiwa keagamaan itu muncul dari rasa ketergantungan yang mutlak (*dependency of absolute*), yang di dorong oleh perasaan takut terhadap ancaman dari faktor luar dan keyakinan seseorang akan keterbatasan dan kelemahannya sendiri.³

Menurut B.A. Rukiyanto, S.J, religiusitas diartikan sebagai kesadaran dan perasaan batin seseorang tentang hubungan dan keterikatannya dengan Tuhan. Religiusitas diawali dengan pengakuan individu

¹ Julius Topandra, ‘Hubungan Religiusitas Dengan Regulasi Emosi Mahasiswa Tingkat Akhir Prodi Bimbingan Dan Konseling Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Soekarno Bengkulu’, UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu, 4 (2023), h. 10–32.

² Lulu Atunnisah, ‘Pengaruh Religiusitas Terhadap Penggunaa ShopeePayLater Dengan Pertimbangan Syariah Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung)’, 2023.

³ J Beno, A.P Silen, and M Yanti, ‘Pengaruh Religiusitas Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Paylater Pada Generasi Milenial Di Kota Semarang’, 2022, h. 1–12.

bahwa hidupnya adalah anugerah dari Tuhan, yang kemudian menumbuhkan kesadaran spiritual dari dalam dirinya.⁴

Menurut Glock dan Stark, religiusitas dipahami sebagai suatu sistem yang terstruktur dan menyatu, yang tercermin dari keyakinan, cara hidup, praktik-praktik peribadatan, dan tradisi yang memberikan arah dalam kehidupan seseorang, sekaligus membuatnya tunduk pada norma-norma yang bersifat suci dan sempurna.⁵

Menurut Nushori dan Mucharam, religiusitas mengacu pada semua aspek agama yang telah tertanam dalam hati seseorang. Religiusitas juga dapat diartikan sebagai sikap dan penghayatan terhadap eksistensi manusia yang bersumber dari komitmen individu terhadap prinsip-prinsip ajaran agama. Tingkat ketaatan seseorang terhadap keyakinannya dapat diukur dari seberapa besar tingkat religiusitasnya. Jika nilai-nilai ajaran agama telah terintegrasi secara penuh dalam diri, maka religiusitas akan mempengaruhi perilaku dan cara pandang individu terhadap kehidupan. Oleh karena itu, religiusitas merupakan bentuk aktualisasi dari sistem

⁴ Engla Mustia Wati and others, *‘Pengaruh Religiusitas Dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung Mahasiswa UNIKS Di Bank Syaiah’*, h. 150–64.

⁵ Frangki Reinaldo Laike, and Doddy Hendro Wibowo, *‘Religiusitas Dengan Motivasi Kerja Guru Di Sekolah Dasar Kabupaten Halmahera Barat’*, 4.2 (2024), h. 540–46.

keyakinan seseorang yang tercermin melalui sikap dan perilaku yang sejalan dengan keyakinannya.

Religiusitas berperan penting dalam menentukan keputusan yang akan diambil oleh setiap individu. Setiap orang memiliki kebebasan dalam memilih, termasuk dalam keputusan menggunakan metode pembayaran seperti *shopee paylater*. Dalam mempertimbangkan metode pembayaran tersebut, religiusitas dapat dijadikan pedoman untuk memastikan keputusan sejalan dengan ajaran agama. Religiusitas berkaitan dengan penerapan etika pada diri seseorang, sehingga semakin tinggi tingkat religiusitas, semakin kuat rasa takut kepada Allah Azza Wa Jalla. Religiusitas juga berfungsi sebagai pedoman hidup agar umat tetap berada di jalan yang benar dan terhindar dari larangan-larangan dalam Al-Qur'an, sehingga dapat menjauhkan diri dari dosa.⁶

Dalam Islam, religiusitas diartikan sebagai seseorang yang menjalankan kewajiban dan ajaran yang telah ditentukan oleh agama secara menyeluruh, seperti yang termaktub dalam firman Allah Q.S Al-Baqarah ayat 208 yang berbunyi :

⁶ Supardi Mursalin and others, *Fiqh Tolerance in a Contemporary Context: The Response of State Islamic Religious University Students to Religious Extremism*, *MILRev: Metro Islamic Law Review*, 2024, III.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَافَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ
عَدُوٌّ مُبِينٌ

*Wahai orang-orang yang beriman! Masuklah kamu ke dalam Islam secara keseluruhan dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.*⁷

Ayat ini berkaitan erat dengan religiusitas seseorang, yaitu sejauh mana seseorang mengamalkan ajaran Islam secara menyeluruh dalam kehidupannya. Dalam ayat ini, Allah memerintahkan umat Islam untuk memeluk agama Islam secara *kaffah* atau menyeluruh, yang berarti mengamalkan seluruh ajaran Islam tanpa memilih-milih atau hanya melaksanakan sebagian yang dianggap mudah.⁸ Religiusitas yang sejati tercermin dari bagaimana seseorang mengintegrasikan ajaran agama dalam seluruh aspek kehidupannya, baik dalam beribadah, interaksi sosial, pekerjaan, maupun keputusan-keputusan keseharian. Selain itu, ayat ini juga mengingatkan kita akan pentingnya menghindari godaan setan yang selalu berusaha menyesatkan manusia dari jalan kebenaran. Dengan memegang teguh prinsip-prinsip Islam dan menghindari langkah-langkah setan, seseorang menunjukkan tingkat religiusitas yang tinggi. Oleh karena itu, QS. Al-Baqarah ayat 208 menekankan bahwa religiusitas tidak hanya tentang ritual keagamaan, tetapi juga mencakup ketaatan penuh kepada Allah dan penerapan nilai-nilai Islam dalam setiap aspek kehidupan.

⁷ Aisyah Farah Sayyidah and others, 'Peran Religiusitas Islam Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Psikologis', *Al-Qalb : Jurnal Psikologi Islam*, 13.2 (2022), h. 103–15.

⁸ Ruston Nawawi, 'Islam Kaffah Dan Relevansinya Dengan Masyarakat Indonesia Yang Plural Dalam Perspektif Al-Qur'an', *Al-Manar: Jurnal Kajian Alquran Dan Hadis*, 7.2 (2021), h. 8.

b. Indikator Religiusitas

Menurut Glock dan Stark, terdapat lima aspek atau dimensi dalam religiusitas⁹, yaitu:

1. *Religious Belief* (Dimensi Keyakinan)

Dimensi keyakinan ini menggambarkan sejauh mana seseorang menerima ajaran-ajaran dogmatis dalam agamanya. Dalam konteks penggunaan shopee *paylater*, individu yang memiliki dimensi kognitif yang kuat cenderung mempertimbangkan dampak moral dan etika dari penggunaan layanan kredit tersebut. Mereka akan menelaah apakah penggunaan layanan shopee *paylater* sejalan dengan ajaran agama yang dianut, terutama mengenai tanggung jawab dalam mengelola keuangan, menghindari utang yang tidak perlu, dan menerapkan prinsip-prinsip keuangan yang bijak.¹⁰

2. *Religious Practice* (Dimensi Praktik Agama)

Religious Practice atau dimensi praktik agama mengukur sejauh mana seseorang menjalankan ritual-ritual keagamaannya. Di dalam agama Islam, praktik agama ini bisa dilakukan

⁹ Azhar Fany Fadhila and Muslim Marpaung, 'Jurnal Bilal (Bisnis Ekonomi Halal)', *Pengaruh Relegiusitas, Pengaruh Produk, Dan Faktor Sosial Terhadap Penggunaan ShopeePay Later*, 1.2 (2020), h. 20–30.

¹⁰ Sella Wulan Dari, 'Pengaruh Religiusitas Dan Kepribadian Mahasiswa IAIN Curup Terhadap Penggunaan Shopee PayLater', 2024, h.80.

dengan shalat, sedekah, puasa, haji atau amalan-amalan lainnya.¹¹

3. *Religious Feeling* (Dimensi Pengalaman)

Dimensi pengalaman atau perasaan keagamaan, yaitu sejauh mana seseorang merasakan pengalaman spiritual yang terkait dengan agamanya.

4. *Religious Knowledge* (Dimensi Intelektual)

Religious Knowledge atau dimensi intelektual menunjukkan tingkat pemahaman seseorang tentang ajaran agamanya, termasuk isi kitab suci dan aturan lain dalam agama tersebut.

5. Dimensi Pengamalan

Dimensi pengamalan mengacu pada kepatuhan dalam menjalankan perintah agama dan menjauhi larangannya. Dimensi ini mencerminkan sejauh mana keyakinan dan praktik agama mempengaruhi perilaku dan pengambilan keputusan dalam kehidupan sehari-hari. Individu dengan tingkat pengamalan yang tinggi cenderung mempertimbangkan dampak jangka panjang dari penggunaan *shopee paylater* terhadap kesejahteraan diri mereka sendiri dan masyarakat secara luas. Mereka juga cenderung merefleksikan apakah penggunaan layanan tersebut mendukung nilai-nilai

¹¹ Cahya Chaerani, '*Pengaruh Persepsi Religiusitas , Persepsi Iain Metro Terhadap Keputusan Pembelian*', 2024.

keadilan sosial dan selaras dengan prinsip hidup mereka anut.¹²

2. Persepsi Risiko

a. Definisi Persepsi Risiko

Secara etimologis, istilah persepsi yang dalam bahasa Inggris disebut *perception*, berasal dari bahasa Latin *percipere* yang berarti menerima atau mengambil. Persepsi merujuk pada pengalaman seseorang terhadap suatu objek, peristiwa, atau hubungan, yang terbentuk melalui proses penarikan kesimpulan atas informasi yang diterima dan penafsiran terhadap pesan yang ditangkap.¹³ Menurut Tantri, Seseorang yang memiliki dorongan atau motivasi cenderung siap untuk bertindak, namun bagaimana tindakan tersebut diwujudkan sangat dipengaruhi oleh persepsi individu terhadap situasi yang dihadapi. Dalam hal ini, dua orang dapat memiliki persepsi yang berbeda terhadap objek atau situasi yang sama.¹⁴

¹² Mohamad Safri Ferdiansyah, 'Pengaruh Religiusitas, Tingkat Literasi Keuangan, Sosial Media Dan Digital ADS Terhadap Keputusan Menggunakan Shopee Paylater (Studi Pada Generasi Z Di Kecamatan Wonosobo)', 2024, h.67.

¹³ Andi Syahputra and Heri Rahmatsyah Putra, 'Persepsi Masyarakat Terhadap Kegiatan Kuliah Pengabdian Masyarakat (Kpm)', *At-Tanzir: Jurnal Ilmiah Prodi Komunikasi Penyiaran Islam*, 2020, h. 5.

¹⁴ Pengaruh Persepsi and Risiko Dan, 'Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Home BREWER ' S Indesche KOTA MEDAN Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area, 2024, h.92.

Istilah risiko sudah umum digunakan dalam kehidupan sehari-hari, dan sebagian besar orang memahami makna dari kata ini. Namun, secara ilmiah, konsep risiko masih beragam dan memiliki banyak definisi. Risiko bisa diartikan sebagai keadaan ketidakpastian terkait peristiwa yang mungkin terjadi di masa depan, di mana keputusan diambil berdasarkan berbagai pertimbangan saat ini.

Menurut Sangadji, persepsi adalah proses yang muncul karena adanya sensasi, di mana sensasi merupakan aktivitas merasakan atau kondisi yang menimbulkan perasaan senang.¹⁵ Menurut Qalati, menjelaskan bahwa persepsi risiko merupakan penilaian atau anggapan pelanggan terhadap kemungkinan dampak negatif atau ketidakpastian yang muncul setelah membeli suatu produk, menggunakan layanan, atau melakukan transaksi.¹⁶

Qulub, menyatakan bahwa persepsi risiko merupakan pandangan individu terhadap ketidakpastian dan kemungkinan dampak negatif dari penggunaan suatu produk atau jasa. Dalam konteks

¹⁵ B A B Ii, '28 26 27', no. 13 (2002), pp. 21–35 <[http://etheses.uin-malang.ac.id/342/6/10220099 Bab 2.pdf](http://etheses.uin-malang.ac.id/342/6/10220099%20Bab%202.pdf)>.

¹⁶ M. Budi Hartono, 'Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Berkelanjutan Yang Di Mediasi Oleh Sikap Penggunaan Pada Aplikasi Dompot Digital Ovo Dan Dana (Studi Komparasi Di Kota Pontianak)', *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2.2 (2023), h. 11–22.

penggunaan suatu sistem atau teknologi, persepsi risiko dapat diartikan sebagai ancaman terhadap keamanan atau privasi, dimana data dan informasi pribadi pengguna beresiko untuk diakses dan disalahgunakan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab.¹⁷ Persepsi ini sering kali dibentuk oleh informasi eksternal, seperti laporan media dan ulasan dari pengguna lain, sehingga menjadi faktor penting dalam keputusan untuk menggunakan teknologi baru. Penyedia layanan teknologi biasanya mengupayakan langkah-langkah seperti peningkatan sistem keamanan dan keterbukaan informasi untuk mengurangi persepsi risiko pengguna.

Menurut Dowling, dikutip oleh Atarwaman, persepsi risiko adalah pandangan negatif yang dialami oleh pengguna karena adanya kemungkinan hasil yang merugikan.¹⁸ Persepsi risiko merupakan salah satu faktor utama dalam pengambilan keputusan terkait penggunaan suatu sistem atau teknologi, seperti menggunakan layanan shopee *paylater*.

¹⁷ Ferdryawan Jun Mustofa and Lintang Kurniawati, 'Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Keamanan, Persepsi Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana', *YUME : Journal of Management*, 7.1 (2024), h. 856–68.

¹⁸ Jessica Patricia Wijaya and Dewi Sri, 'Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Pada Umkm Di Kota Palembang', *Jurnal Informasi Akuntansi (JIA)*, 2.1 (2023), h. 1–18.

Dari berbagai definisi yang telah dikemukakan oleh para ahli, dapat disimpulkan bahwa persepsi risiko adalah pandangan atau penilaian individu terhadap kemungkinan terjadinya kerugian, ketidakpastian, atau dampak negatif yang dapat timbul dari penggunaan suatu produk, layanan, atau teknologi.¹⁹

Secara umum, risiko memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan individu untuk menggunakan, mengubah, menunda, atau bahkan menghindari suatu layanan. Risiko merupakan suatu bentuk penilaian individu yang cenderung negatif terhadap kemungkinan yang dapat terjadi pada suatu transaksi atau situasi tertentu. Oleh karena itu, risiko dianggap sebagai sesuatu yang tidak diinginkan dan perlu diminimalisir atau dicegah.

b. Indikator Persepsi Risiko

Menurut Nitisusastro dan Jayantri, terdapat beberapa indikator dalam persepsi risiko²⁰, yaitu:

1. Risiko Keuangan (*Financial Risk*)

Risiko ini berhubungan dengan kekhawatiran seseorang akan mengalami kesulitan finansial.

¹⁹ I Putu Sugih Arta, *Manajemen Risiko Tinjauan Teori Dan Praktis*, 2021, h.56.

²⁰ Japb Issn, 'Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-COMMERCE Shopee Oleh Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Tabalong', 7 (2024), h. 1969–82.

2. Risiko keamanan berkaitan dengan perlindungan data dan informasi pribadi.
 3. Risiko produk berkaitan dengan prosedur penggunaan dan tingkat keandalan produk.²¹
3. Kontrol Diri
- a. Definisi Kontrol Diri

Kontrol diri adalah kemampuan seseorang untuk mengatur tindakannya sesuai dengan keadaan dan situasi yang dihadapi. Individu yang memiliki kontrol diri yang baik mampu mengendalikan perilaku dalam interaksi sosial, menyesuaikan tindakan dengan orang yang berbeda, dan dapat menahan atau menyembunyikan perasaannya.

Menurut Tangney, kontrol diri adalah kemampuan seseorang untuk menahan keinginan, mengekang dorongan, dan mengatur diri sendiri agar dapat menahan atau menghentikan tindakan yang tidak diharapkan.²² Ghufro dan Risnawita menyatakan bahwa kontrol diri adalah kemampuan untuk mengatur perilaku dalam kaitannya dengan situasi dan kondisi saat berinteraksi sosial. Individu dengan kontrol diri yang

²¹ Larasati Nurhasanah, 'Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater (Studi Pada Masyarakat Surakarta)', 2023, h. 33.

²² Richardo Nobel and others, 'Kecenderungan Kecanduan Media Sosial Pada Mahasiswa Dan Kaitannya Dengan Kontrol Diri', 05 (2024), h. 5356–67.

tinggi lebih mampu mengatur pikiran, emosi, dan perilakunya. Dalam perspektif Islam, kontrol diri diartikan sebagai kemampuan untuk menahan diri dari perbuatan tercela atau perilaku yang dilarang oleh Allah, yang dikenal dengan istilah *mujahadah an-nafs*.²³

Menurut Anzani, Kontrol diri adalah kemampuan seseorang untuk mengendalikan pikiran (kognitif), tindakan (perilaku), dan mengambil keputusan secara tepat untuk menahan dorongan impulsif. Sedangkan menurut Averill (dalam Ghufroon dan Risnawita, 2010), kontrol diri merupakan kemampuan individu untuk mengatur perilaku, mengatur informasi yang diinginkan dan yang tidak diinginkan, serta menentukan tindakan berdasarkan keyakinan pribadi.²⁴ Kontrol diri adalah kemampuan untuk mengarahkan perilaku sendiri, serta kemampuan untuk menekan atau mengendalikan impuls-impuls atau perilaku impulsif. Menurut Adeonalia, kontrol diri meliputi keyakinan individu bahwa

²³ Aldawiyah Aldawiyah and Indah Damayanti, 'Bagaimana Religiusitas Siswa Madrasah Aliyah Mempengaruhi Kontrol Diri?', *Psikobuletin: Buletin Ilmiah Psikologi*, 4.2 (2023), h. 56.

²⁴ Siti Nadya Salsabila S, 'Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Kecanduan Media Sosial TIKTOK Pada Remaja Di SMA NEGERI 1 MEDAN', 2024, h.82.

tindakannya akan mempengaruhi perilakunya, dan bahwa individu tersebut dapat mengontrol perilakunya.²⁵

Berdasarkan berbagai pendapat di atas, kontrol diri dapat disimpulkan sebagai kemampuan individu untuk secara sadar mengatur, mengendalikan, dan mengarahkan pikiran, emosi, serta perilaku dalam menanggapi situasi tertentu.²⁶ Kontrol diri mencakup kesanggupan untuk menahan dorongan sesaat, menghindari tindakan impulsif, serta bertindak sesuai dengan nilai, tujuan pribadi, dan norma yang dianut, baik secara sosial maupun religius. Dalam konteks penggunaan shopee *paylater*, kontrol diri berperan penting dalam membantu individu membuat keputusan keuangan yang bijak. Pengguna dengan tingkat kontrol diri yang tinggi cenderung mampu menahan keinginan untuk berbelanja secara impulsif, mempertimbangkan risiko utang, dan hanya menggunakan fitur *paylater* sesuai kebutuhan yang mendesak atau penting. Sebaliknya, rendahnya kontrol diri dapat mendorong perilaku konsumtif yang tidak terkendali, yang pada

²⁵ Devy Sofyanty and Tugimin Supriyadi, 'Cyberloafing Ditinjau Dari Kontrol Diri Dan Kepuasan Kerja', *Jurnal Kajian Ilmiah*, 21.2 (2021), h. 135-46.

²⁶ Risma Widyaningrum and Tanti Susilarini, 'Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Efikasi Diri Dengan Prokrastinasi Akademik Pada Siswa Kelas XI SMAIT Raflesia Depok', *Jurnal IKRA-ITH Humaniora*, 5.2 (2021), h. 36.

akhirnya bisa menimbulkan beban keuangan dan masalah psikologis di kemudian hari.

b. Indikator Kontrol Diri

Aspek-aspek pengendalian diri digunakan untuk mengukur kemampuan individu dalam mengendalikan perilakunya. Penelitian Ferrari et.al menjelaskan bahwa ada dua aspek dari kontrol diri, yaitu:

1. *Impluse Control*

Impluse control didefinisikan sebagai kemampuan seseorang untuk menahan dorongan sesaat yang dapat menghambat pencapaian tujuan jangka panjang, serta kecenderungan untuk tidak tergoda oleh imbalan yang bersifat sementara.²⁷

2. *Self Discipline*

Aspek yang merujuk pada kemampuan individu dalam menjaga kedisiplinan terhadap dirinya sendiri. Individu yang memiliki *self discipline* yang baik cenderung mampu memusatkan prioritas yang sedang dilakukan serta mampu menahan diri dari hal-hal yang akan mengganggu konsentrasinya.²⁸

²⁷ Sri Wulandari, 'Pengaruh Literasi Keuangan, Parential Income Dan Self Control Terhadap Minat Menggunakan Shopeepaylater Terhadap Mahasiswa Rantau (Studi Kasus Mahasiswa Jambi Di UIN Walisongo Semarang)', 2023, h.34.

²⁸ Meisy Wariqkin Karima, 'Hubungan Kontrol Diri Dan Konformitas Teman Sebaya Dengan Perilaku Berhutang Pada Mahasiswa Pengguna Shopee Paylater', 2024, h.29.

4. Kemudahan Penggunaan

a. Definisi Kemudahan Penggunaan

Kemudahan penggunaan suatu teknologi dapat dipahami sebagai metrik kepercayaan terhadap tingkat pemahaman teknis dan kemampuan seseorang untuk mendukung pelaksanaan tugas. Hal ini berkaitan dengan kemampuan sistem untuk memungkinkan pengguna menyelesaikan tugas dengan lebih efisien. Oleh karena itu, kemudahan penggunaan memainkan peran penting dalam meningkatkan efektivitas interaksi pengguna dengan teknologi dan kemudahan sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Hal ini juga disebabkan karena individu yakin bahwa teknologi yang mudah dipahami dan digunakan akan lebih diterima. Tingkat interaksi pengguna dengan teknologi juga dapat mencerminkan sejauh mana kemudahan yang mereka rasakan. Jika suatu sistem teknologi sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, pengoperasiannya lebih fleksibel, dan pengguna merasa lebih nyaman dalam menggunakannya.²⁹

Menurut teori *Technology Acceptance Model* (TAM), persepsi kemudahan penggunaan suatu teknologi dapat diartikan sebagai sejauh mana seseorang

²⁹ Atina Nuzulia, *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan Pinjaman online (Studi Pada Pemuda Karangtaruna Desa Tahunan Jepara)*, *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), h. 1967.

percaya bahwa teknologi tersebut mudah dipahami dan digunakan dalam menyelesaikan tugas. Dalam konteks ini, teknologi dirancang dengan sistem yang mendukung efisiensi dalam melaksanakan pekerjaan. Kemudahan penggunaan juga berperan dalam mengurangi usaha yang diperlukan individu untuk memahami dan mengoperasikan suatu sistem atau teknologi.³⁰

Menurut Jogiyanto, kemudahan didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan seseorang bahwa penggunaan suatu teknologi tidak memerlukan banyak usaha.³¹ Sejalan dengan hal tersebut, Rahayu menyatakan bahwa kemudahan merupakan suatu keadaan dimana konsumen percaya bahwa penggunaan teknologi bersifat praktis dan tidak memerlukan usaha yang berat dari penggunanya.³²

Kemudian, menurut Abdul Hariss, kemudahan penggunaan adalah sejauh mana sebuah teknologi atau layanan dapat diakses dan digunakan secara sederhana

³⁰ Soetam Rizky Wicaksono, *Teori Dasar Technology Acceptance Model*, 2022, h.50.

³¹ Widya Desita and Gst. Ayu Ketut Rencana Sari Dewi, 'Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Promosi Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash Pada Aplikasi Dompot Elektronik (E-Wallet)', *Jurnal Akuntansi Profesi*, 13.1 (2022), h. 115–24.

³² Siti Lam'ah Nasution, Christine Herawati Limbong, and Denny Ammari Ramadhan, 'Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commerce Shopee (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu)', *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7.1 (2020), h. 43–53.

tanpa memerlukan usaha yang berlebihan dari pengguna. Dalam konteks shopee *paylater*, kemudahan penggunaan mengacu pada pengalaman konsumen yang praktis dan lancar saat menggunakan layanan untuk melakukan transaksi pembayaran.³³

Menurut Pokhrel, kemudahan yang ditawarkan oleh shopee membuat pengguna dapat dengan mudah mengakses berbagai fitur dan sistem terbaru yang ada di dalam aplikasi, terutama fitur shopee *paylater*. Fitur ini memberikan keuntungan tersendiri bagi shopee sebagai *platform e-commerce* karena jumlah pengguna yang semakin meningkat akibat akses yang praktis. Shopee *paylater* dianggap sebagai metode pembayaran yang mempermudah proses transaksi, dengan aktivasi yang sederhana hanya dengan menggunakan KTP, sehingga mempengaruhi kemudahan dalam pengambilan keputusan pembelian oleh pengguna. Persepsi kemudahan penggunaan aplikasi ini juga turut andil dalam membentuk keputusan dan minat beli pengguna. Oleh karena itu, kemudahan ini membuat Generasi Z semakin aktif dalam memanfaatkan aplikasi belanja

³³ Bintang Azzahra, Rachil Irfan, and Agung Sedayu, 'SEIKO : Journal of Management & Business Peran Tingkat Kepercayaan , Kemudahan Penggunaan , Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Metode Pembayaran Shopee PayLater Di Kota Semarang', 8.1 (2025), h. 155–67.

online seperti shopee *paylater* untuk menunjang gaya hidup dan memenuhi kepuasan pribadinya.³⁴

b. Indikator Kemudahan Penggunaan

Menurut Badir, indikator kemudahan penggunaan dibagi menjadi tiga indikator³⁵, yaitu sebagai berikut:

1. Terdapat interaksi yang jelas dan mudah dipahami antara pengguna dan sistem. Misalnya, *platform* shopee secara transparan menampilkan informasi mengenai jumlah cicilan shopee *paylater* kepada konsumen.
2. Pengguna tidak memerlukan usaha yang besar untuk berinteraksi dengan sistem. Misalnya, konsumen hanya perlu melakukan satu kali konfirmasi untuk menggunakan shopee *paylater* saat melakukan transaksi pembelian.
3. Sistem mudah dioperasikan sesuai dengan tujuan pengguna. Sebagai gambaran, konsumen dapat dengan mudah memanfaatkan berbagai fitur yang tersedia di aplikasi shopee.

³⁴ Alfina Nur Kholizah and Muhammad Sulton, *Persepsi Kemudahan Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Pay Later Pada Gen Z* 'YUME : Journal of Management Pengaruh Gaya Hidup', 8.1 (2025), h. 127–37.

³⁵ Rina Ridara Sholeha, 'Dampak Gaya Hidup Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Menggunakan Shopee Paylater (Studi Kasus Mahasiswa/i Stie Eka Prasetya)', 2024, h.55.

5. Literasi Keuangan

a. Definisi Literasi Keuangan

Keuangan adalah aspek krusial dalam kehidupan masyarakat. Wawasan yang diperoleh mengenai keuangan dapat berdampak signifikan terhadap kemampuan individu dalam membuat keputusan bijak terkait pengelolaan sumber daya keuangan yang mereka miliki. Literasi keuangan merujuk pada pemahaman seseorang mengenai aspek keuangan yang mendukung kemampuan dalam mengelola, merencanakan, dan memanfaatkan uang secara efektif.³⁶

Otoritas Jasa Keuangan menjelaskan bahwa literasi keuangan mencakup pemahaman, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi cara individu mengelola dan menangani keuangan mereka.³⁷ Tujuan dari literasi keuangan adalah untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan, yang pada akhirnya berdampak pada kesejahteraan keuangan masyarakat.

³⁶ Winda Aziatin, 'Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan Tenaga Kerja Muda', *Jurnal Kajian Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 5.2 (2024), h. 184.

³⁷ Karina Putri Restike and others, 'Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Pembelian Impulsif, Dan Gaya Hidup Terhadap Penggunaan Shopee Paylater Gen Z', 22.1 (2024), h. 104.

Menurut Anisah dan Crisnata, literasi keuangan adalah kemampuan seseorang dalam mengelola keuangan yang didasari oleh pemahaman dan keterampilan dasar di bidang keuangan. Tanpa kemampuan ini, seseorang cenderung mengalami kesulitan dalam mengelola pendapatan dan pengeluaran. Secara umum, literasi keuangan mencerminkan praktik-praktik sosial yang berkaitan dengan pengetahuan, penggunaan bahasa, dan latar belakang budaya, yang memengaruhi cara individu berinteraksi dan mengambil keputusan dalam konteks keuangan sehari-hari.³⁸

Sedangkan menurut Stolper dan Walter, literasi keuangan adalah proses memperoleh wawasan dan pemahaman tentang konsep ekonomi dan risiko, serta memiliki kemampuan, motivasi dan kepercayaan diri untuk menerapkan pemahaman tersebut untuk membuat keputusan keuangan yang tepat dalam berbagai kondisi. Tujuan akhir dari literasi keuangan adalah untuk meningkatkan kesejahteraan keuangan individu serta kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan, yang pada akhirnya

³⁸ Martanti Cahya Ningsih, Choroel Woestho, and Dody Kurniawan, 'Pengaruh Literasi Keuangan, Manfaat Paylater Dan Pendapatan Generasi Z Terhadap Minat Penggunaan Paylater Di Platform Shopee Pada Kecamatan Tambun Selatan', 2.November (2023), h. 3218–31.

memungkinkan partisipasi aktif dalam perekonomian.³⁹

b. Indikator Literasi Keuangan

Secara umum, variabel literasi keuangan mengukur kemampuan seseorang dalam memahami berbagai aspek keuangan, seperti nilai tukar uang, fitur layanan keuangan, pencatatan keuangan, dan sikap dalam mengelola pengeluaran.

Menurut Humaira, bahwa untuk mengukur tingkat literasi keuangan seseorang dapat digunakan beberapa indikator⁴⁰, antara lain:

1. Pengetahuan dasar tentang keuangan, yaitu sejauh mana individu memiliki wawasan tentang masalah keuangan dan bagaimana mengambil keputusan yang berkaitan dengan keuangan pribadinya.
2. Pengetahuan tentang perencanaan keuangan, yaitu kemampuan untuk menyusun strategi keuangan secara terarah dan sistematis agar dapat mencapai tujuan hidup secara optimal.⁴¹

³⁹ Marya Syakila, *Pengaruh Financial Literacy Dan Financial Self-Efficacy Terhadap Risk Credit Behaviour Penggunaan Shopee PayLater (SPayLater) Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Uin Suska Riau*, Ayan, 2024, xv.

⁴⁰ Romi Maulid Azhari, 'Pengaruh Literasi Keuangan Dan Penggunaan Financial Technology Terhadap Pengelolaan Keuangan Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderasi', *Journal of Management & Business*, Volume 6.Issue 1 (2022) (2023), h. 558–72.

⁴¹ Atina Nuzulia, 'Pengetahuan Keungan', *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2.2 (1967), h. 13.

3. Pengetahuan mengenai arus kas (pemasukan dan pengeluaran), yaitu kemampuan individu dalam mengelola pemasukan untuk meningkatkan aset dan mengelola pengeluaran agar tidak menimbulkan kerugian finansial.
 4. Pengetahuan dasar tentang investasi, yaitu kemampuan menempatkan dana yang dimiliki pada instrumen yang tepat guna memperoleh keuntungan (*return*) yang optimal sesuai jangka waktu tertentu.
 5. Kesadaran akan pentingnya kondisi keuangan yang sehat, yaitu kemampuan untuk menyeimbangkan antara kebutuhan saat ini dan masa depan, serta siap menghadapi kejadian-kejadian yang tidak terduga yang dapat mempengaruhi kondisi keuangan.
6. Gaya Hidup Hedonime
- a. Definisi Gaya Hedonisme

Hedonisme berasal dari bahasa Yunani *Hedone*, yang berarti kesenangan atau kenikmatan. Istilah ini pertama kali diperkenalkan oleh Jeremy Bentham pada tahun 1781. Aliran ini memiliki prinsip bahwa sesuatu dianggap baik jika mendatangkan kesenangan. Namun, hedonisme tidak hanya menggambarkan kondisi psikologis seseorang, tetapi juga berpendapat bahwa

kesenangan merupakan nilai tertinggi atau paling berharga bagi manusia. Oleh karena itu, manusia dianggap perlu berusaha keras untuk mencapai kesenangan.⁴² Gaya hidup hedonisme mendorong individu untuk menunjukkan perilaku melalui interaksi sosial dengan tujuan untuk memperoleh kesenangan dan kebebasan demi mencapai kepuasan atau kenikmatan hidup. Gaya hidup ini mengacu pada cara hidup di mana individu atau kelompok berfokus untuk mengejar kesenangan, kenikmatan, dan kepuasan pribadi sebagai tujuan utama dalam hidup.⁴³ Perilaku yang muncul dari gaya hidup hedonis sering kali bergantung pada konsumerisme yang berkembang di masyarakat sosial.

Hedonisme adalah sebuah filosofi yang menempatkan kesenangan dan kenikmatan sebagai hal yang paling utama dalam proses pengambilan keputusan dan menjalani hidup. Beberapa indikator gaya hidup yang terkait dengan hedonisme antara lain: pengambilan keputusan berdasarkan kesenangan, dimana individu yang menganut gaya hidup hedonis

⁴² Mita Wijayanti, *'Hedonisme Sebagai Identitas Pengguna Media Sosial Instagram (Studi Terhadap Pengguna Media Sosial Instagram Di Bandarlampung)'*, Skripsi, 2018, h.67.

⁴³ Yasinta Putri Khairunnisa, *'Kebiasaan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Perkembangan Kepribadian Anak'*, Khairunnisa |, 31 (2023), h. 31–44.

cenderung memilih keputusan yang memberikan kesenangan atau kenikmatan bagi dirinya sendiri, tanpa terlalu memikirkan dampak jangka panjang dari keputusan tersebut.⁴⁴

Beberapa ahli memberikan pandangannya mengenai fenomena hedonisme. Menurut Frans Magnis Suseno, hedonisme adalah suatu pandangan hidup yang beranggapan bahwa individu akan merasa bahagia dengan cara mencari kebahagiaan sebanyak-banyaknya dan sebisa mungkin menghindari atau menekan perasaan-perasaan yang menyakitkan.⁴⁵ Sarawono memandang hedonisme sebagai konsep diri, dimana gaya hidup seseorang dijalani sesuai dengan gambaran yang ada dalam pikirannya. Sementara itu, Burhanuddin menjelaskan bahwa hedonisme menganggap segala sesuatu yang mendatangkan kesenangan adalah baik, sedangkan hal-hal yang hanya mendatangkan kesusahan, penderitaan, dan ketidaknyamanan dianggap buruk. Terakhir, Collins Gem mendefinisikan hedonisme sebagai doktrin bahwa kesenangan adalah hal yang paling penting dalam

⁴⁴ Endang Simanjuntak, Siti Arieta, and Sri Wahyuni, 'Pengaruh Nilai Tanda Dan Nilai Simbol Perilaku Hedonisme Dikalangan Mahasiswa Universitas Maritim Raja Ali Haji', Eksekusi: Jurnal Ilmu Hukum Dan Administrasi Negara, 1.3 (2023), h. 276–302.

⁴⁵ Maryam Ismail, 'Hedonisme Dan Pola Hidup Islam', *Jurnal Ilmiah Islamic Resources*, 16.2 (2020), h. 193.

hidup, yang dianut oleh orang-orang yang hanya mencari kesenangan dalam hidupnya.⁴⁶

b. Indikator Gaya Hidup Hedonisme

Menurut Kotler & Keller, ada beberapa indikator gaya hidup hedonisme antara lain sebagai berikut⁴⁷:

1. Aktivitas, yaitu segala sesuatu yang dilakukan konsumen, seperti produk yang dibeli atau digunakan, serta kegiatan yang dilakukan untuk mengisi waktu luang.
2. Minat, yaitu faktor pribadi yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan konsumen. Minat ini dapat berupa ketertarikan yang diwujudkan dalam bentuk kesukaan dan kegemaran.
3. Opini, yaitu meliputi pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu yang berhubungan dengan ekonomi dan sosial.⁴⁸

⁴⁶ Vionnalita Jennyya, Maria Heny Pratiknjo, and Selvie Rumampuk, 'Gaya Hidup Hedonisme Di Kalangan Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi', *Jurnal Holistik*, 14.3 (2021), h. 5.

⁴⁷ Widia Astuti, 'Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Pekanbaru', 2020, h.45.

⁴⁸ Yoga Ilham Pratama and Agus Budi Santosa, 'Dampak Gaya Hidup Hedonis, Literasi Keuangan Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa', *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5.2 (2024), h. 3190–97.

7. Keputusan Penggunaan

a. Definisi Keputusan Penggunaan

Keputusan penggunaan, menurut Kotler & Armstrong adalah kajian tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, dan menggunakan produk, jasa, ide, atau pengalaman sebagai bagian dari perilaku konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.⁴⁹

Menurut Nugroho, keputusan penggunaan merupakan suatu proses integrasi yang melibatkan penggabungan antara sikap dan pengetahuan untuk menilai dua atau lebih alternatif perilaku, kemudian menentukan pilihan di antara alternatif tersebut yang paling sesuai dengan kebutuhan dan keinginan individu.⁵⁰

Menurut Tjiptono, keputusan pembelian konsumen adalah proses memilih satu tindakan dari dua atau lebih alternatif. Berdasarkan kontribusi dalam keputusan konsumen, Tjiptono mengelompokkan proses pengambilan keputusan ini ke dalam tiga

⁴⁹ Christian R N Daeng, Joula Rogahang, and Olivia Walangitan, 'Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Layanan Transportasi Online Maxim Bike Pada Mahasiswa Fispol Unsrat', *Productivity*, 4.5 (2023), h. 608–15.

⁵⁰ Nor Hidayanti and others, 'Pengaruh Literasi Keuangan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater Melalui Financial Technology Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Abdurachan Saleh Situbondo', 2.3 (2023), h. 1477.

kategori, yaitu: keputusan nominal (*habitual*), keputusan terbatas, dan keputusan diperpanjang.⁵¹

- a. Keputusan Nominal (*Habitual Decision Making*) adalah proses pengambilan keputusan pembelian yang paling sederhana, di mana konsumen hanya mengidentifikasi masalah dan langsung memutuskan untuk membeli atau menggunakan barang/jasa tanpa mengevaluasi alternatif lain.
- b. Keputusan Terbatas (*Limited Decision Making*) adalah proses pengambilan keputusan pembelian yang melibatkan identifikasi masalah atau kebutuhan, diikuti dengan pencarian alternatif produk atau merek berdasarkan pengetahuan yang sudah ada, tanpa melakukan penelitian lebih lanjut tentang produk atau merek tersebut.
- c. Keputusan Diperpanjang (*Extended Decision Making*) adalah jenis pengambilan keputusan yang paling mendalam. Dimulai dengan identifikasi masalah, konsumen mencari informasi tentang produk atau merek tertentu, mengevaluasi seberapa baik alternatif tersebut, dan kemudian membuat keputusan setelah melakukan penilaian terhadap produk atau layanan yang ada.

⁵¹ Tjiptono, 'Pengaruh Harga, Iklan, Lifestyle Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Ceriamart', Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, 2019, h. 16–17.

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa keputusan penggunaan adalah suatu proses dimana seseorang memilih satu atau lebih alternatif dari pilihan yang tersedia. Dalam proses ini, konsumen menentukan apakah akan menggunakan produk, jasa atau layanan tertentu atau tidak.

b. Indikator Keputusan Penggunaan

Menurut Santrok dalam Hera, terdapat beberapa indikator dalam keputusan penggunaan sebagai berikut⁵²:

1. Berpikir logis, yaitu mempertimbangkan secara matang segala kemungkinan dampak dan risiko yang mungkin timbul. Keputusan yang diambil harus mempertimbangkan berbagai pilihan agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan secara optimal.
2. Menjunjung tinggi etika, yaitu mengambil keputusan yang sesuai dengan norma-norma sosial yang berlaku, sehingga dapat diterima oleh lingkungan masyarakat. Pilihan yang diambil harus sesuai dengan ketentuan dan

⁵² Pristasiwi Na'imatur Miranda, 'Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Penggunaan Shopee Paylater Pada Mahasiswa FEBI IAIN METRO', 2024, h. 78.

aturan hukum sehingga tidak menimbulkan konflik atau masalah.

3. Bertanggung jawab, yaitu menerima dan menghadapi segala konsekuensi dari risiko yang mungkin timbul dari keputusan yang telah diambil. Setiap keputusan dalam menggunakan suatu barang atau jasa harus dapat dipertanggungjawabkan agar tidak menimbulkan kesulitan di kemudian hari.

Adapun menurut Sari, ada beberapa indikator yang dapat mengukur keputusan penggunaan sebagai berikut⁵³:

1. Memiliki keinginan untuk berkelanjutan menggunakan shopee *paylater*.
2. Memanfaatkan shopee *paylater* dalam transaksi pembayaran.
3. Merekomendasikan shopee *paylater* ke pihak lain.

c. *Theory of Planned Behavior*

Theory of Planned Behavior, yang dikemukakan oleh Ajzen, merupakan teori psikologis yang menjelaskan hubungan antara

⁵³ Devi Fitriani, 'Pengaruh Fitur Shopee Paylater Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif', 2023, h.32.

keyakinan dengan tindakan seseorang.⁵⁴ Menurut teori ini, terdapat tiga faktor utama yang mempengaruhi seseorang dalam melakukan suatu tindakan, yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan.⁵⁵ Perilaku terencana didasarkan pada konsep bahwa manusia adalah makhluk rasional yang mengambil keputusan berdasarkan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki.

Dalam *Theory of Planned Behavior* dinyatakan bahwa kegiatan adalah hasil dari tindakan yang direncanakan. Sikap terhadap tindakan, norma subjektif, serta kontrol perilaku yang dipersepsikan, semuanya mempengaruhi niat. Ajzen menjelaskan bahwa kontrol perilaku yang dipersepsikan merupakan pandangan seseorang terhadap tingkat kemudahan atau kesulitan dalam melakukan suatu perilaku, yang berhubungan dengan keyakinan tentang ketersediaan sumber daya atau kesempatan yang dibutuhkan untuk melakukannya. Perilaku terencana terbentuk dari

⁵⁴ Aprilia Maha Saputri and Endang Kiswara, 'Pelanggaran Pajak', 8 (2019), h. 1–14.

⁵⁵ Siti Maullah and Mohammad Rofiuddin, 'Mengukur Minat Berwirausaha Dengan Menggunakan Pendekatan Theory of Planned Behavior Dan Religiusitas', *Journal of Management and Digital Business*, 1.2 (2021), h. 105–21.

kesadaran individu yang diberkahi akal untuk berpikir, sehingga menghasilkan tindakan dalam pengambilan keputusan berdasarkan informasi yang diperolehnya. Dalam *Theory of Planned Behavior* menurut Hwa dan Perumal menjelaskan bahwa secara kombinasi, sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan akan membentuk niat untuk berperilaku, yang pada akhirnya menghasilkan perilaku.⁵⁶

Maka, bisa diambil kesimpulan bahwa penerapan *Theory of Planned Behavior* terhadap keputusan penggunaan yaitu keputusan untuk menggunakan sesuatu akan dinilai berdasarkan sikap individu, dengan mempertimbangkan norma subjektif ketika memiliki niat untuk memutuskan menggunakan produk atau layanan tertentu, dan memperhatikan kontrol perilaku yang dirasakan. Hal ini bertujuan untuk menumbuhkan niat atau motivasi dalam menggunakan produk atau layanan tersebut. Penjelasan lebih rinci dapat diberikan berdasarkan ketiga faktor tersebut, yaitu:

⁵⁶ Sudarta, 'Pengaruh Variabel Motif Pembelian Emosional Dan Pengaruh Variabel Motif Pembelian Emosional Terhadap Minat Beli Ulang Mie Gacoan Di Kota Malang', 16.1 (2022), h. 1–23.

a. Sikap Perilaku

Sikap perilaku adalah penilaian yang melibatkan respon positif atau negatif terhadap sesuatu. Sikap ini merupakan langkah awal dalam melakukan suatu perilaku, sehingga memiliki peran penting dalam menentukan minat seseorang. Minat untuk melakukan sesuatu akan muncul jika dipengaruhi oleh sikap awal tersebut.⁵⁷

Jika seseorang memiliki keputusan untuk menggunakan produk atau layanan tertentu, ia cenderung akan meninjau konsekuensi dari penggunaannya, apakah berdampak positif atau berdampak negatif. Jika penggunaan produk atau jasa tersebut berdampak positif, maka individu tersebut akan memiliki pandangan dan keinginan yang lebih positif untuk menggunakan jasa tersebut. Sebaliknya, jika dampaknya negatif, maka keinginan untuk menggunakan produk atau jasa tersebut akan menurun. Sebagai contoh, jika individu memahami bahwa layanan *shopee paylater* memiliki manfaat positif baginya, maka ia akan memiliki keinginan untuk menggunakan layanan tersebut. Sebaliknya, jika layanan tersebut

⁵⁷ Maullah and Rofiuddin, 'Mengukur Minat Berwirausaha Dengan Menggunakan Pendekatan Theory of Planned Behavior Dan Religiusitas'.

dianggap berdampak negatif, maka keinginan untuk menggunakannya akan berkurang.

b. Norma Subjektif

Ajzen mengatakan norma subjektif adalah persepsi atau pandangan individu terhadap keyakinan orang lain yang dapat mempengaruhi minat untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan. Norma subjektif berfungsi sebagai hasil dari ekspektasi yang dirasakan oleh individu, dimana satu atau beberapa orang disekitarnya (seperti saudara atau teman) mendukung perilaku tertentu dan mendorong individu tersebut untuk mematuhi. ⁵⁸ Norma subjektif didefinisikan sebagai persepsi individu yang terbentuk dari tekanan sosial yang mempengaruhi keputusan untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku.

Sebagai contoh, sebelum memutuskan untuk menggunakan layanan shopee *paylater*, individu tersebut akan mengevaluasi pandangan orang-orang di sekitarnya, apakah mayoritas mendukung atau menolak penggunaan shopee *paylater*. Jika

⁵⁸ Grace Persulessy, Pieter Leunupun, and Marthen Jacob Leunupun, 'Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subjektif Dan Kontrol Perilaku Terhadap Minat Pelaku UMKM Untuk Menyusun Laporan Keuangan : Sebuah Bukti Empiris Dari UMKM Di Kota Ambon', *Jurnal Akuntansi Maranatha*, 12.1 (2020), h. 47-57.

pendapat orang-orang di sekitarnya cenderung positif, hal ini dapat mendorong keinginan untuk menggunakan layanan tersebut. Sebaliknya, jika pandangannya negatif, maka keinginan untuk menggunakan layanan tersebut akan menurun.

c. Persepsi Kontrol Perilaku

Menurut Taylor dan Todd, kontrol perilaku yang dirasakan terdiri dari dua komponen utama. Komponen pertama mencerminkan ketersediaan sumber daya yang dibutuhkan untuk melakukan suatu perilaku, seperti akses terhadap uang, waktu, dan faktor lainnya. Komponen kedua menggambarkan keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya untuk melakukan perilaku tersebut.⁵⁹

Sedangkan menurut Ajzen, kontrol perilaku yang dipersepsikan melibatkan keyakinan tentang kontrol, yang melsaiputi persepsi individu tentang kemudahan atau kesulitan dalam melakukan suatu tindakan. Kontrol perilaku yang dipersepsikan didefinisikan sebagai pandangan seseorang terhadap kemampuannya untuk mengontrol tindakannya. Tingkat pengendalian ini diukur

⁵⁹ Hendrian and others, 'Model Perilaku Calon Mahasiswa Dalam Memilih Universitas Terbuka: Sebuah Penerapan Dan Pengembangan Model Theory of Planned Behavior', *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 2023, h. 294.

berdasarkan sejauh mana seseorang benar-benar memiliki kendali atas perilakunya.⁶⁰ Keyakinan seseorang dapat tercermin dari sikapnya dalam menentukan pilihan, seperti dalam menggunakan shopee *paylater*. Sebagai contoh, keputusan seseorang dalam menggunakan shopee *paylater* dapat dipengaruhi oleh tingkat religiusitasnya.

Theory of Planned Behavior memiliki beberapa keterbatasan dalam memprediksi perilaku individu. Keterbatasan pertama adalah bahwa keinginan seseorang tidak hanya dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan. Keterbatasan kedua adalah penelitian empiris menunjukkan bahwa teori ini hanya mampu menjelaskan sekitar 40% dari macam perilaku. Keterbatasan ketiga terletak pada adanya kesenjangan waktu yang signifikan antara penilaian keinginan berperilaku dan perilaku aktual, sehingga keinginan individu dapat berubah selama periode tersebut. Keterbatasan keempat adalah bahwa kedua teori tersebut merupakan model prediktif yang mendasarkan analisisnya pada kriteria tertentu, namun pada kenyataannya,

⁶⁰ Yunita Ningtyas and others, 'Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Bersertifikat Halal', *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 2.08 (2021), h. 42–49.

individu tidak selalu bertindak sesuai dengan prediksi yang didasarkan pada kriteria tersebut.⁶¹ Terlepas dari keterbatasannya, *Theory of Planned Behavior* tetap memiliki tujuan dan manfaat penting dalam memahami pengaruh yang mendorong perilaku, terutama yang berada di luar kendali atau keinginan individu. Teori ini berguna sebagai alat identifikasi untuk menetapkan strategi dalam mengubah perilaku, serta memberikan penjelasan atas berbagai aspek penting dari perilaku manusia. Contohnya, mengapa seseorang memutuskan untuk membeli suatu produk, menggunakan suatu layanan, atau melanggar suatu aturan tertentu.

Teori ini berakar dari pandangan bahwa manusia adalah makhluk rasional yang memanfaatkan berbagai informasi secara terstruktur. Dalam pengambilan keputusan, individu cenderung memikirkan konsekuensi dari tindakannya terlebih dahulu sebelum akhirnya memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. Hal ini menjadikan *Theory of Planned Behavior* relevan untuk

⁶¹ Mahyarni Mahyarni, '*Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis Tentang Perilaku)*', Jurnal EL-RİYASAH, 4.1 (2013), h. 13.

memahami dan mempengaruhi berbagai perilaku manusia dalam konteks yang berbeda.⁶²

Penjelasan *Theory of Planned Behavior* diatas bisa disimpulkan bahwa terdapat 3 faktor yaitu sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dapat mengidentifikasi dalam keputusan berperilaku. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *Theory of Planned Behavior* untuk menjelaskan hubungan antara religiusitas, persepsi risiko, kontrol diri, kemudahan penggunaan, literasi keuangan, dan gaya hidup hedonisme terhadap penggunaan yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan individu dalam menggunakan layanan shopee *paylater*. *Theory of Planned Behavior* mampu menggambarkan keyakinan seseorang dalam mengontrol suatu tindakan yang terbentuk dari perilaku yang ingin dilakukannya. Teori ini juga mampu membedakan antara perilaku yang memang diinginkan oleh individu dengan perilaku yang tidak diinginkan. Dalam konteks ini, teori tersebut digunakan untuk memprediksi perilaku manusia dalam mengambil keputusan terkait penggunaan shopee *paylater*

⁶² Novandina Izzatillah Firdausi, *Pengaruh Religiusitas Terhadap Kinerja Pegawai Melalui Niat Whistleblowing (Studi Pada Pegawai Pajak Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan)*, Kaos GL Dergisi, 2020, VIII.

melalui variabel religiusitas Islam, persepsi risiko, kontrol perilaku, kemudahan penggunaan, literasi keuangan, dan gaya hidup hedonisme terhadap keputusan penggunaan layanan shopee *paylater*.

B. Kerangka Berpikir

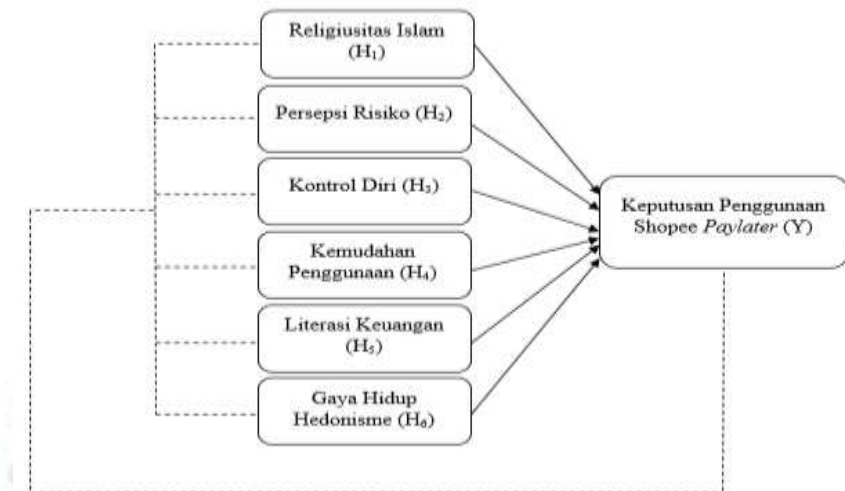
Berdasarkan buku Metode Penelitian kuantitatif karya Dominikus Dolet Unaradjan, kerangka berpikir merupakan sebuah premis yang menggabungkan teori, fakta, observasi, dan tinjauan pustaka yang akan digunakan sebagai acuan dalam melakukan penelitian. Dalam kerangka berpikir, setiap variabel penelitian dijelaskan secara lebih rinci dan berhubungan langsung dengan masalah yang diteliti. Oleh karena itu, kerangka berpikir berfungsi sebagai panduan dalam merumuskan jawaban atas masalah penelitian. Kerangka berpikir biasanya dituangkan dalam bentuk bagan yang menggambarkan alur logika berpikir peneliti dan hubungan antar variabel yang diteliti. Bagan ini sering disebut juga sebagai paradigma atau model penelitian.⁶³

Kerangka berpikir menjelaskan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas nya yaitu, religiulitas Islam, persepsi risiko, kontrol diri, kemudahan penggunaan, literasi keuangan, dan gaya hidup hedonisme, di

⁶³ Addini Zahra Syahputri, Fay Della Fallenia, and Ramadani Syafitri, 'Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif', *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2.1 (2023), h. 160–66.

dalam variabel terikatnya yaitu keputusan penggunaan shopee *paylater* pada Generasi Z di Kota Bengkulu.

Bagan Kerangka Berpikir



Keterangan :

- = Pengaruh secara parsial
- - - - - = Pengaruh secara simultan

C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang disusun berdasarkan rumusan masalah penelitian, yang menghubungkan dua variabel atau lebih. Rumusan masalah tersebut biasanya dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Disebut sementara karena jawaban yang diberikan didasarkan pada fakta-fakta empiris yang dikumpulkan melalui pengumpulan data. Dengan demikian, hipotesis dapat dianggap sebagai jawaban teoritis atas rumusan masalah

penelitian, namun belum merupakan jawaban yang didukung oleh bukti empiris. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis secara parsial dan simultan pengaruh religiusitas Islam (X_1), persepsi risiko (X_2), kontrol diri (X_3), kemudahan penggunaan (X_4), literasi keuangan (X_5), gaya hidup hedonisme (X_6) terhadap keputusan penggunaan *shopee paylater* pada Generasi Z di Kota Bengkulu. Dalam penelitian ini terdapat tujuh hipotesis penelitian:

H1 : Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan *Shopee Paylater*

H2 : Persepsi Risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan *Shopee Paylater*

H3 : Kontrol Diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan *Shopee Paylater*

H4 : Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan *Shopee Paylater*

H5 : Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan *Shopee Paylater*

H6 : Gaya Hidup Hedonisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan *Shopee Paylater*

H7 : Religiusitas, Persepsi Risiko, Kontrol Diri, Kemudahan Penggunaan, Literasi Keuangan, dan Gaya Hidup Hedonisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan *Shopee Paylater*