

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perkembangan digital di era sekarang, telah menjadi bagian penting dalam berbagai aspek kebutuhan dalam kehidupan masyarakat. Meningkatnya penggunaan internet ini mempermudah aktivitas masyarakat sehari-hari, juga memungkinkan akses komunikasi dan informasi dimanapun dan kapanpun.<sup>1</sup> Adanya perantara teknologi terutama media sosial dan *marketplace* sangat mendukung dan berpengaruh terhadap konsumen dan bisa meningkatkan penjualan para pedagang.<sup>2</sup> Seperti berbelanja online yang sering disebut *e-commerce*, konsumen bisa berbelanja hanya dengan mengeklik layar handphone tanpa harus pergi ke toko. Perkembangan *e-commerce* menunjukkan bagaimana teknologi digital telah merevolusi sektor perdagangan, mengubah pola konsumsi

---

<sup>1</sup> Febi Fatlika Nurussufiah et al., "Penerapan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Online di Era Globalisasi : *Journal of Community Engagement* 1, no. 2 (2022): 127.

<sup>2</sup> N.Rhachma, "Analisis Pemanfaatan Pemasaran DI Media Sosial Dan Marketplace Dalam Meningkatkan Penjualan Di Masa Pandemi Pada UMKM Industri Rumahan Di Desa Karang Kedawang Kecamatan Sooko Kabupaten Mojokerto," *Jurnal Ilmu Manajemen* 7, no. 1 (2022): 1–26.

masyarakat, dan mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis digital.<sup>3</sup>

Salah satu inovasi kemajuan sekarang ialah layanan keuangan digital seperti *Buy Now Pay Later* BNPL atau beli sekarang bayar nanti. Layanan *paylater* yang sering digunakan di masa sekarang yaitu *shopee paylater*.<sup>4</sup> Menurut databoks menunjukkan bahwa *shopee paylater* memiliki *brand awareness* tertinggi sebanyak 89%, bahkan menjadi paling populer di Indonesia sebagai pengguna *paylater* terbanyak, dari 45% yang menggunakan *paylater* lainnya, 77% di antaranya mengaku pengguna *shopee paylater*.<sup>5</sup> Platform satu ini memang banyak program yang menarik, selain promo dan diskon, *shopee paylater* juga menyediakan pembayaran QRIS. Pengguna *shopee paylater* bisa melakukan pembayaran dengan fitur ini diberbagai merchant yang menerima

---

<sup>3</sup> Abdan Sifa et al., “Transformasi Digital E-Commerce Dalam Menguasai Kosentrasi Pasar Di Indonesia” 2, no. 12 (2024): 405–13.

<sup>4</sup> Cinta Dwi Amanda et al., “Analisis Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Minat Belanja Pada Kalangan Mahasiswa Di Universitas Medan Area,” *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran* 7, no. 4 (2024): 17197-17198.

<sup>5</sup> Nabilah Muhamad, “8 Layanan Paylater Terpopuler Di Indonesia,” databoks, 2023, <https://databoks.katadata.co.id/keuangan/statistik/1c97d81669f0cb7/8-layanan-paylater-terpopuler-di-indonesia-shopee-paylater-juara>.

pembayaran *QRIS*, dari warung kecil sampai ke pusat perbelanjaan yang besar.<sup>6</sup>

Layanan *shopee paylater* sangat memudahkan konsumen melakukan transaksi secara online, bisa memilih opsi pembayaran beli sekarang dan bayar nanti dan memilih metode cicilan yang diinginkan. Namun, Adanya Kemudahan berbelanja seperti ini mengakibatkan munculnya perilaku konsumtif, di mana seseorang cenderung melakukan konsumsi secara berlebihan tanpa perencanaan yang matang.<sup>7</sup> Perilaku konsumtif tidak lagi didasarkan pada kebutuhan tetapi pada dorongan untuk memiliki pengalaman, menantang keinginan, dan sebagai hiburan ketika stress.<sup>8</sup> Perilaku konsumtif ini diperkuat oleh strategi pemasaran agresif seperti diskon, *flash sale*, dan kemudahan pembayaran seperti *paylater*. Tanpa literasi keuangan yang baik, hal ini dapat memicu masalah

---

<sup>6</sup> SHopee Indonesia, “Heboh, Belanja Pakai SpayLater Dapat Diskon s/d 500rb,” 2024, <https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/diskon-sampai-500rb/>.

<sup>7</sup> Dewi Arum and Rlza Noviana Khoirunnisa, “Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Psikologi Pengguna E-Commerce Shopee,” *Character: Jurnal Penelitian Psikologi* 8, no. 9 (2021): hal 92.

<sup>8</sup> Al Abdullah Et, ‘Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Majalengka’, *Jurnal Akuntansi Kompetif*, Vol 4. No 1, (2021), H. 24.

finansial, seperti hutang menumpuk dan sulitnya memenuhi kebutuhan pokok.<sup>9</sup>

Menurut Dikria dan Sri, perilaku konsumtif merupakan kebiasaan membeli barang yang bukan didasarkan pada pertimbangan rasional, tetapi pada keinginan yang telah mencapai tingkat irasional.<sup>10</sup> Perilaku konsumtif ini sering kali dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti ingin tampak berbeda dari yang lain, kepercayaan dirinya ada pada penampilan, ikut trend, serta ingin menjadi pusat perhatian.<sup>11</sup> Selain itu, kemajuan teknologi dan akses mudah ke *platform* belanja online semakin memperburuk kecenderungan ini, karena seseorang dapat membeli barang dengan cepat hanya melalui beberapa klik tanpa mempertimbangkan kebutuhan atau kemampuan finansial. Jika tidak dikelola dengan bijak, perilaku konsumtif dapat berdampak negatif pada stabilitas

---

<sup>9</sup> Amel Liana et al., “Penggunaan Dan Pengaruh Shopee PayLater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim,” *Jurnal Intelek Insan Cendikia* 1, no. 4 (2024): 1221–35.

<sup>10</sup> Hermin Nainggolan, “Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Pekerja Produksi Pt Pertamina Balikpapan,” *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)* 5, no. 1 (2022): 810–26.

<sup>11</sup> Chandra Kurniawan, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Ekonomi Pada Mahasiswa,” *Jurnal Media Wahana Ekonomika* 13, no. 4 (2017).hal 111-112

ekonomi pribadi dan kesejahteraan jangka panjang.<sup>12</sup> Dampak yang diterima dari perilaku konsumtif bukan hanya pada finansial saja namun juga kepada mental jika tidak bisa mengikuti kemauan yang irasional tersebut.

Pada perilaku konsumtif, terutama dikalangan mahasiswa yang tidak mampu membatasi diri untuk berbelanja barang-barang yang belum tentu dibutuhkan, dia merasa insecure dengan apa yang dimilikinya.<sup>13</sup> Kebanyakan mahasiswa yang cenderung ingin memperlihatkan gayanya melalui pakaian yang di gunakannya. Mereka belanja sesuatu yang tidak berguna yang keinginannya untuk mengikuti gaya hidup di lingkungan mereka agar menjadi pusat perhatian.<sup>14</sup> Keputusan pembelian diperlukan supaya seseorang bisa mengontrol dan bisa mengendalikan perilakunya supaya jauh

---

<sup>12</sup> Nur Fitroten Dian Sari, 'Pengaruh Uang Digital (E-Money) Terhadap Perilaku Konsumtif Dan Kemampuan Finansial Mahasiswa', Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi, Vol 9. No 4, (2024), h. 40.

<sup>13</sup> Wahidatul Khoiriyah, "Gaya Hidup Shopaholic Sebagai Bentuk Perilaku Konsumtif Di Kalangan Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo)" (IAIN Ponorogo, 2023).

<sup>14</sup> Rizka Aliza and Siti Hajar N Aepu, 'Gaya Hidup Dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tadulako', Antro: Antropologi Tadulako Research Journal, Vol 1. No 1, (2024), h. 33.

dari perilaku buruk, dan terbebas dari hal hal yang tidak<sup>15</sup> Begitu penting untuk mahasiswa agar tersadar yang mana kebutuhan dan kemudian menerapkan perencanaan keuangan yang baik untuk mengelola pengeluaran secara bijak dan bertanggung jawab.

Menurut databoks, penggunaan layanan *paylater* didominasi oleh generasi Milenial dan Gen Z, adapun dari generasi milenial usia 26-35 tahun yang mencapai 43,9%, diikuti oleh Gen z sebanyak 26,5% pengguna usia 18-25 tahun, dan 21,3% umurnya 36-45 tahun, sedangkan yang usianya 46-55 tahun hanya 7,3%, sementara yang berusia di atas 55 tahun hanya 1,1%.<sup>16</sup> Adapun alasannya dari survei databoks *paylater* di gunakan dengan alasan sebagai pengatur keuangan sebanyak 59%, *paylater* di gunakan saat tidak punya cukup uang sebesar 41,1%, kemudian 10,6% karena mengikuti

---

<sup>15</sup> Tuty Alawiyah, Agustina Mutia, And Ferry Saputra Tanjung, ‘Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Islam’, Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi, Vol 3. No 3, (2023), H. 98

<sup>16</sup> Nabila Muhamad, “Milenial Dan Gen Z Mendominasi Pengguna *Paylater* Di Indonesia,” databoks, 2024.

tred, 8,3% pengaruh dari penjual, dan 0,7% alasan lain.<sup>17</sup>

Layanan *paylater* memang sangat menarik bagi konsumen yang ingin memenuhi kebutuhan atau keinginan mereka tanpa harus membayar langsung. Namun, dampaknya juga mencerminkan perubahan pola konsumsi yang lebih berorientasi pada gaya hidup. Meski begitu, harus diingat bahwa menggunakan layanan *paylater* berlebihan tanpa perencanaan keuangan yang matang dapat berisiko menyebabkan masalah keuangan jangka panjang, terutama bagi mereka yang belum memiliki pengelolaan keuangan yang baik.<sup>18</sup>

Kalangan mahasiswa adalah sebagian dari target terbesar adanya kemajuan fitur *paylater* ini, karena di kalangan mahasiswa uang jajan yang di berikan orang tua mereka tidak mencukupi untuk memenuhi keinginan gaya

---

<sup>17</sup> Nabilah Muhamad, “Alat Atur Keuangan, Alasan Terkuat Gen Z Dan Milenial Menggunakan Paylater,” [databoks.co.id](https://databoks.co.id), 2025.

<sup>18</sup> Syami Rahmadani, “Perilaku Keuangan Pada Pelaku Rumah Tangga Dalam Menggunakan E-Wallet Ditinjau Dari Manajemen Keuangan Syariah Di Kota Parepare Sulawesi Selatan” (IAIN Parepare, 2024).

hidup mereka.<sup>19</sup> Menurut hasil penelitian dalam Seliyeh Dkk menunjukkan bahwa pengeluaran gaya hidup mahasiswa dengan rata-rata 3,46% karena ikut trend fashion, 2,84% membeli barang bermerek, produk tranding 2,54%, 2,19% untuk olahraga, membeli makanan 2,93%, dan belanja online 3,56%.<sup>20</sup> Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung mengalokasikan sebagian besar uang mereka untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup, yang sering kali tidak sesuai dengan anggaran yang diberikan orang tua. Sebagai pengguna *shopee paylater* yang bijak penting untuk memahami dan mempertimbangkan dengan matang, terutama terkait pengelolaan keuangan dan tanggung jawab pembayaran di masa depan.<sup>21</sup> Seseorang yang mampu mengibangi gaya hidupnya akan bisa mengontrol pengambilan keputusannya dalam berbelanja.

---

<sup>19</sup> Revan Eria Bintang Hard ika and Anam Miftakhul Huda, "Pengalaman Pengguna Paylater Mahasiswa Di Surabaya," *Commercium* 4 (2021): 19–32.

<sup>20</sup> Saliyeh, Yuni Firayanti, and Edy S Saputra, "Jurnal Sains Ekonomi Dan Edukasi Pengaruh Pembayaran Non-Tunai ( E-Wallet ) Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Kalimantan Barat Angkatan 2020" 1, no. 9 (2024): 800–819.

<sup>21</sup> Adinda Mursalina, Hasanah, and Efriani, "Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna Shopee Paylater," *BALALE Jurnal Antropologi* 5, no. 1 (2024): 33.

Menurut Thewa, pengambilan keputusan adalah proses memilih tindakan dari berbagai alternatif berdasarkan analisis dan evaluasi informasi untuk mencapai tujuan tertentu.<sup>22</sup> Pengambilan keputusan ini merupakan proses mempertimbangkan faktor-faktor seperti manfaat, risiko, konsekuensi jangka pendek dan panjang, serta kesesuaian dengan nilai atau kebutuhan individu atau kelompok. Tujuannya adalah menemukan solusi yang paling optimal dan efektif untuk suatu situasi.<sup>23</sup> Keputusan yang baik biasanya didasarkan pada data akurat, logika, dan pertimbangan rasional, meskipun intuisi juga dapat berperan dalam beberapa situasi.<sup>24</sup> Pengambilan keputusan yang efektif juga melibatkan kemampuan untuk mengantisipasi dampak keputusan tersebut, baik secara langsung maupun tidak langsung.

---

<sup>22</sup> Dina Meriana Sinaga, "Pengambilan Keputusan Dalam Organisasi Pendidikan," *Jurnal Pendidikan Dan Konseling* 5, no. 1 (2023): 2899–2907.

<sup>23</sup> S E Febrianty, I Gede Eko Putra Sri Sentanu, and M AP, *Manajemen Pengambilan Keputusan* (Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia, 2023).

<sup>24</sup> Zulmi Fadillah Ramadani, Dwi Maulidia Putri, and Indah Respati Kusumasari, "Penerapan Teori Pengambilan Keputusan Dalam Lingkungan Bisnis," *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi* 9, no. 7 (2024): 41–50.

Apabila pengambilan keputusan tidak efektif akan timbulnya perilaku boros dan tidak bisa menghindari hawa nafsu atau keinginan untuk membeli sesuatu yang menarik yang mungkin tidak terlalu di butuhkan dan menjadikan seseorang memiliki perilaku konsumtif.<sup>25</sup> Ketika keputusan penggunaan layanan seperti *shopee paylater* muncul, mahasiswa sering kali tergoda untuk memanfaatkan kemudahan ini dalam memenuhi keinginan belanja mereka, tanpa mempertimbangkan konsekuensi finansial jangka panjang. Akibatnya, perilaku konsumtif semakin diperparah dengan penggunaan fasilitas kredit yang justru dapat meningkatkan risiko utang jika tidak dikelola dengan bijak.<sup>26</sup> Mahasiswa dengan literasi keuangan rendah cenderung fokus pada kepuasan sesaat tanpa memikirkan kemampuan melunasi pembayaran. Strategi pemasaran agresif seperti diskon dan cicilan turut memengaruhi pola konsumsi mereka, jika tidak

---

<sup>25</sup> Elpa Julita, “Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim (Studi Pada Mahasiswa Febi Uin Fatmawati Soekarno Bengkulu)” 9 (2022): 356–63.

<sup>26</sup> Harun Na Rasid, ‘Analisis Pengaruh Penggunaan Fitur Spaylater Pada Marketplace Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akuntansi Syariah STEBI KHAS’, Jurnal Manajemen Bisnis Syariah Kyai Haji Ahmad Syairazi, Vol 6. No 1, (2024), h. 1461

dikendalikan perilaku ini dapat meningkatkan risiko utang, stres finansial, dan ketergantungan pada fasilitas *shopee paylater*<sup>27</sup>

Sebagai langkah awal penelitian, peneliti melakukan observasi awal kepada mahasiswa UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu, yang mana mereka pengguna shopee dan tentunya menggunakan fitur *shopee paylater*. Hasil dari observasi awal banyak di antara mereka yang menggunakannya untuk berbelanja keperluan, bahkan keinginan saja, tanpa mempertimbangkan penting atau tidaknya barang tersebut. Barang yang sering mereka beli, seperti tas, sepatu, baju, aksesoris, dan barang lainnya. Saya juga mengamati bahwa mereka menggunakan *Shopee paylater* tanpa memikirkan dampaknya terhadap keuangan mereka, karena nominal belanja mereka kadang melebihi uang jajan yang diberikan orang tua mereka. Selain memberikan dampak yang buruk, perilaku konsumtif akan membuat seseorang meninggalkan

---

<sup>27</sup> Husainatul Jazilah and Siti Azizah, "Online Shop Dan Tren Gaya Hidup Shopaholic Di Kalangan Mahasiswi," *The Sociology of Islam* 5, no. 1 (2022): 1–20.

perilaku konsumsi yang baik sesuai dengan ajaran ajaran dan hukum Islam, terutama jika mahasiswa itu adalah mahasiswa UIN Fatmawati Suekarno Bengkulu.

Melihat dari uraian latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan akan melakukan peneltian dengan judul **“Hubungan Perilaku Konsumtif dengan Pengambilan Keputusan dalam Menggunakan *Shopee Paylater* di Kalangan Mahasiswa Jurusan Dakwah UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu”**.

## **B. Batasan Masalah**

Batasan masalah dalam penelitian ini mencakup pengaruh perilaku konsumtif terhadap pengambilan keputusan pengguna *Shopee Paylater* di kalangan mahasiswa Jurusan Dakwah UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu. Masalah pada penelitian ini dibatasi hanya pada pembahasan tentang Hubungan perilaku konsumtif dengan pengambilan keputusan dalam menggunakan *Shopee Paylater* yang hanya dilakukan di ruang lingkup mahasiswa Jurusan Dakwah UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu.

### C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana tingkat perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Dakwah UIN Fatmawati sukarno Bengkulu dalam menggunakan *shopee paylater* ?
2. Bagaimana tingkat pengambilan keputusan mahasiswa jurusan Dakwah UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu dalam menggunakan *shopee paylater*?
3. Apakah ada hubungan perilaku konsumtif dengan pengambilan keputusan dalam menggunakan *shopee paylater* di kalangan mahasiswa jurusan dakwah UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu ?

### D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tingkat perilaku konsumtif mahasiswa jurusan dakwah UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu dalam menggunakan *shopee paylater*.
2. Untuk mengetahui tingkat pengambilan keputusan dalam menggunakan *shopee paylater* pada mahasiswa jurusan Dakwah UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu.

3. Untuk mengetahui hubungan perilaku konsumtif dengan pengambilan keputusan dalam menggunakan *shopee paylater* di kalangan mahasiswa Jurusan Dakwah UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu.

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan dari penelitian ini dapat di bedakan menjadi dua macam yaitu kegunaan secara teoritis dan secara praktis:

1. Secara teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran dan pengetahuan bagi masyarakat, terutama dalam memahami hubungan perilaku konsumtif dengan pengambilan keputusan dalam menggunakan layanan *shopee paylater* di kalangan mahasiswa aktif pengguna *shopee* di Jurusan Dakwah UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu. Penelitian ini juga dapat memperkaya wawasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif serta implikasinya terhadap keputusan dalam memanfaatkan layanan kredit digital seperti *shopee paylater*, sehingga dapat digunakan

sebagai acuan dalam pengelolaan keuangan mahasiswa dan penyusunan kebijakan terkait.

## 2. Secara Praktis

- a. Hasil dari penelitian ini semoga dapat menjadi informasi tambahan, serta dapat dijadikan ukuran sebagai sarana untuk menuju penyempurnaan dalam karya tulis ilmiah.
- b. Hasil penelitian ini di harapkan dapat menjadi bahan masukan untuk masyarakat dalam menggunakan layanan keuangan dengan lebih bijak.
- c. Berguna bagi masyarakat yang ingin mengetahui seputar *shopee paylater*.

## F. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui “Hubungan perilaku konsumtif dengan pengambilan keputusan dalam menggunakan *shopee paylater* di kalangan mahasiswa Jurusan Dakwah UINFAS Bengkulu”. Sebelum penelitian ini dilakukan, sudah ditemukan penelitian lain yang

sejalan dengan penelitian ini yang dapat dilihat sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Elpa Julita pada tahun 2022 dalam skripsi yang berjudul “Pengaruh Penggunaan *shopee paylater* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu)”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yang mana penelitian ini menunjukkan hasil yang signifikan dengan angka 0,0062, menunjukkan terdapat antara penggunaan *spaylater* dengan perilaku konsumtif karena angka  $>0,05$  dan  $H_a$  menyatakan terdapat pengaruh yang positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa ekonomi yang menggunakan *shopee paylater* difakultas FEBI<sup>28</sup>

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah sama-sama membahas tentang *shopee paylater* dan perilaku konsumtif, sedangkan

---

<sup>28</sup> Elpa Julita, ‘Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim (Studi Pada Mahasiswa Febi Uin Fatmawati Sukarno Bengkulu)’, Skripsi, (2022), H. 5.

perbedaannya adalah penelitian ini tidak membahas tentang pengambilan keputusan.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Desy Amanda Putri dan Galih Pradananta pada tahun 2024 dalam jurnal ilmiah yang berjudul “Analisis Pengaruh Penggunaan Fitur *shopee paylater* Pada Aplikasi *shopee* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan *shopee paylater* positif mempengaruhi perilaku konsumtif dengan hasil yang signifikansi  $0,01 < 0,05$  yang mana pengaruhnya adalah 15,2%. Dalam bisnis syariah fitur *paylater* ini juga tidak diperbolehkan karena mengandung hukum riba.<sup>29</sup>

Persamaan penelitian ini adalah membahas tentang perilaku konsumtif dan penggunaan *shopee paylater*, penelitian ini juga menggunakan metode kuantitatif sedangkan perbedaannya adalah terletak pada objek, lokasi penelitian, dan penelitian ini menganalisis pengaruh

---

<sup>29</sup> Desy Amanda Putri And Galih Pradananta, ‘Analisis Pengaruh Penggunaan Fitur Spaylater Pada Aplikasi Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa’, Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, Vol 6. No 3, (2024), H. 1461.

sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan hanya mencari hubungan.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Fitra Namira 2022 dengan judul “Hubungan Perilaku Konformitas Kelompok dengan Perilaku Konsumtif terhadap Pembelian Kosmetik pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Medan Area Stambuk 2017”. Hasil dari penelitian ini ialah: terdapat hubungan positif antara konformitas kelompok dengan perilaku konsumtif dengan nilai koefisien korelasi 0,782, konformitas kelompok dan perilaku konsumtif mahasiswi yang diteliti terbilang tinggi yang mana selisih kedua mean melebihi bilangan SD.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan ialah salah satu variabelnya membahas perilaku konsumtif, sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilaksanakan ialah lokasi penelitian dan satu variabelnya. Jika penelitian terdahulu mencari hubungan konformitas kelompok sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan mencari

hubungan perilaku konsumtif dengan pengambilan keputusan dalam menggunakan *shopee paylater*.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Asriatul Aini 2023 yang berjudul “Hubungan antara *Self-Efficacy* dengan Pengambilan Keputusan Jurusan di Perguruan Tinggi”. Hasil dari penelitian ini memiliki nilai koefisien korelasi sebesar 0.810 dengan signifikansi 0.000, yang berarti nilai hipotesis diterima yang mana terdapat hubungan positif antara *self-efficacy* dengan pengambilan keputusan pemilihan jurusan di perguruan tinggi.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilaksanakan ialah sama-sama membahas tentang pengambilan keputusan, sedangkan perbedaannya yaitu penelitian terdahulu tidak membahas perilaku konsumtif, jika pengambilan keputusan penelitian terdahulu mengarah ke pemilihan jurusan sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan mengarah ke dalam menggunakan *shopee paylater*.

## **G. Sistematika Penulisan Skripsi**

Guna mempermudah dan agar penulisan ini muda di pahami, maka penulisan ini disusun sedemikian rupa, seperti sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, disini menjelaskan bagaimana latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan, kegunaan, dan penelitian terdahulu.

Bab II Kajian Teori, Kerangka berpikir, dan Hipotesis memberikan penjelasan mengenai kajian teori serta kerangka berfikir bertujuan untuk bisa memahami permasalahan yang ada.

Bab III Metode Penelitian, disini menjelaskan secara garis besar tentang teori-teori yang berhubungan dengan penelitian ini.