



Pengaruh Gaya Hidup dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Paylater (Studi Pada Perilaku Keuangan Remaja Usia 17-25 Tahun)

Erni Rahmawati^{1*}, Deri Apriadi²

^{1,2}Universitas Kebangsaan Republik Indonesia

Email: ernirahmawati0409@gmail.com, deriukri08@gmail.com

Alamat: Jl. Terusan Halimun No.37, (Pelajar Pejuang 45). Kec Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat 40263

Korespondensi penulis: ernirahmawati0409@gmail.com

Abstract. *This study aims to analyze the influence of lifestyle and accessibility on purchasing decisions using the Shopee PayLater feature among adolescents aged 17–25. Employing a quantitative approach and multiple linear regression analysis on 73 respondents, the results show that both lifestyle and accessibility have a positive and significant effect on purchasing decisions, both simultaneously and partially. The coefficient of determination (R^2) of 79.3% indicates that these variables explain most of the variation in purchasing decisions. A consumptive lifestyle and ease of access are proven to drive adolescent purchasing behavior through digital credit services.*

Keywords: *financial management, financial decision-making, online motorcycle taxi drivers, financial literacy, students*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup dan aksesibilitas terhadap keputusan pembelian menggunakan Shopee PayLater pada remaja usia 17–25 tahun. Menggunakan pendekatan kuantitatif dan analisis regresi linier berganda terhadap 73 responden, hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup dan aksesibilitas secara simultan dan parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 79,3% menunjukkan bahwa kedua variabel menjelaskan sebagian besar variasi keputusan pembelian. Gaya hidup konsumtif dan kemudahan akses terbukti mendorong perilaku konsumsi remaja melalui layanan kredit digital.

Kata kunci: Gaya Hidup, Aksesibilitas, Keputusan Pembelian, Shopee PayLater, Remaja.

1. LATAR BELAKANG

Segala sesuatu dirasa semakin mudah dengan adanya perkembangan teknologi. Pada era digital seperti saat ini bermunculan beragam sistem pembayaran atau produk jasa keuangan yang bisa dikatakan memudahkan masyarakat berbelanja. Kini sistem pembayaran tak lagi hanya bergantung pada kartu kredit perbankan meskipun eksistensinya masih ada. Pemanfaatan berbagai jenis produk teknologi informasi, dari bentuk sederhana sampai yang tercanggih; dari telepon seluler, komputer, sampai berbagai peralatan kantor sudah tersebar luas di seluruh dunia. Perangkat tersebut, saat

Received June 02, 2025; Revised June 06, 2025; Accepted June 12, 2025

*Corresponding author, e-mail address

ini sudah luas digunakan di berbagai kalangan masyarakat, baik di kantor, di sekolah sampai penggunaan untuk keperluan secara pribadi dengan adanya financial technology yang sudah marak disekitar. Perusahaan fintech seperti Shopee PayLater memberikan kemudahan transaksi yang signifikan bagi generasi muda, namun hal ini juga memicu fenomena impulsive buying (pembelian impulsif). Penelitian Yuniningsih (2023) menemukan bahwa perceived ease of use secara positif berpengaruh terhadap perilaku pembelian impulsif pada pengguna Shopee PayLater di Surabaya. Hasil analisis PLS menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan penggunaan, semakin tinggi kecenderungan pembelian tanpa perencanaan (Yuningsih,2023). Financial Technology atau biasa disebut dengan fintech menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) adalah sebuah inovasi pada industri jasa keuangan yang memanfaatkan penggunaan teknologi. Penelitian Tri Widiastuti et al. (2024) menunjukkan bahwa literasi fintech memediasi hubungan antara perceived ease of use, perceived risk, dan niat menggunakan layanan digital pay-later. Artinya, pengguna muda yang memiliki pemahaman finansial yang baik lebih mampu mengendalikan risiko impulsif akibat kemudahan akses (Tri Widiastuti,2024). Fintech juga dapat didefinisikan sebagai gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat, yang awalnya membayar harus bertatap-muka dan membawa sejumlah uang cash, kini dapat melakukan transaksi jarak jauh dengan melakukan pembayaran yang dapat dilakukan dalam hitungan menit ataupun detik.(Irwani Saragih et al., 2022)

Sampai munculnya produk pembayaran masa kini, yaitu fitur paylater yang dipionirkan oleh Gojek dan Traveloka pada awalnya di tahun 2018. Kemudian Ovo dan Shopee yang menyediakan fitur paylater. Paylater adalah fasilitas keuangan yang disediakan oleh beberapa perusahaan e-commerce yang sekilas mirip dengan system kredit pada perbankan. Layanan yang disediakan oleh paylater adalah fitur pembayaran yang dilakukan setelah pembelian, atau dikenal dengan istilah “Buy Now Pay Later”. Metode pembayarannya bisa dicicil dengan tenor tertentu tanpa menggunakan kartu kredit, dengan tujuan memudahkan penggunaannya dalam memenuhi setiap keperluan hidupnya. Hal ini berarti paylater memiliki keunggulan memberikan kemudahan kepada para pengguna, karena hanya memerlukan gawai dan internet yang sudah dimiliki dalam pengguna, dan tidak memerlukan kartu untuk bertransaksi.(Irwani Saragih et al., 2022)

Pada tahun 2018, telah tercatat sebanyak 81 juta orang yang telah mendownload aplikasi tersebut. Aplikasi Shopee terus berkembang sehingga memiliki banyak fitur layanan, antara lain Shopee Paylater, dan Shopee Pay. Shopee paylater merupakan salah satu fitur shopee yang banyak diminati oleh konsumen. Hal ini karena fitur menawarkan metode pembayaran yang memungkinkan konsumen untuk membeli barang sekarang dan membayarnya nanti. Shopee Paylater merupakan bentuk kerjasama antara PT. Lentera Dana Nusan-tara dengan PT. Commerce Finance dimana Shopee Paylater sendiri sudah bersifat legal karena telah diawasi dan dinaungi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Nilai hedonis menjadi mediator yang kuat antara penggunaan Shopee PayLater dan pembelian impulsif. Setiawati & Oktora (2024) menunjukkan bahwa penggunaan PayLater memiliki efek langsung dan tidak langsung melalui nilai hedonis terhadap pembelian impulsif. Mediasi parsial ini menjelaskan bahwa aspek kesenangan dan hiburan (hedonic value) meningkatkan efek PayLater pada perilaku impulsif. Shopee Paylater dapat digunakan oleh setiap pengguna yang memenuhi syarat yang telah ditentukan, dengan Shopee Paylater konsumen dapat melunasi cicilan selama 1-12 bulan kedepan dan juga terdapat beragam pilihan cicilan yang dapat memudahkan konsumen (<https://shopee.co.id/>).

Jumlah pengguna PayLater di tanah air terus meningkat dari tahun ke tahun. Kemudahan pemakaian serta meningkatnya kebutuhan dan tuntutan gaya hidup membuat banyak masyarakat kemudian memilih menggunakan PayLater untuk memenuhi keinginannya. Pada akhirnya, sistem ini malah mengakibatkan kecanduan. Gaya hidup hedonis secara langsung terkait erat dengan perilaku konsumtif di kalangan remaja. Studi Anggraini & Santhoso (2017) melaporkan korelasi positif ($r = 0,595$, $p < 0,01$) antara gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif pada remaja berusia 18–21 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa dorongan emosional dan kebutuhan akan kesenangan memainkan peran penting dalam membentuk pola konsumsi impulsif (Anggraini & Santhoso, 2017).

Nilai hedonis menjadi mediator yang kuat antara penggunaan Shopee PayLater dan pembelian impulsif. Setiawati & Oktora (2024) menunjukkan bahwa penggunaan PayLater memiliki efek langsung dan tidak langsung melalui nilai hedonis terhadap pembelian impulsif. Mediasi parsial ini menjelaskan bahwa aspek kesenangan dan hiburan (hedonic value) meningkatkan efek PayLater pada perilaku impulsif (Setiawati & Oktora, 2024). Bagaimana tidak, siapa yang tidak mau mendapatkan wishlist-nya tanpa harus membayar saat itu juga? Mulai dari anak muda bahkan hingga orang tua, sistem PayLater membuat kebutuhan dan keinginan menjadi semakin mudah tercapai. OJK mencatat jumlah kontrak pembiayaan PayLater di Indonesia mencapai 79,92 juta di tahun 2023. Jumlah ini meningkat pesat dari tahun 2019, di mana hanya tercatat 4,63 juta kontrak pembayaran PayLater di Indonesia. Menurut OJK, peningkatan rata-rata setiap tahunnya mencapai 144,35%. Nilai tersebut bahkan digadang-gadang akan terus bertumbuh, seiring dengan naiknya permintaan terhadap penggunaan sistem ini. Per Maret 2024 lalu, outstanding piutang pembiayaan PayLater di Indonesia mencapai Rp6,13 triliun, naik 23,9% secara tahunan. Masifnya nilai ini menunjukkan minat masyarakat yang tinggi terhadap sistem ini. Kepala Eksekutif Pengawasan Lembaga Pembiayaan, Perusahaan Modal Ventura, LKM dan LJK Lainnya Agusman, menyebutkan bahwa kinerja PayLater masih akan terus naik di tahun ini. Tidak ada informasi spesifik mengenai jumlah pengguna Shopee PayLater di tahun 2025, tetapi pada Juni 2024, sudah ada 14,37 juta orang Indonesia yang menggunakan PayLater. (Agnes Z. Yonathan, 2024).

Menurut Kotler & Keller (2007) gaya hidup, yang merupakan cara seseorang menjalani hidup di dunia, tercermin melalui tindakan, minat, dan pandangan mereka. Gaya hidup mencerminkan bagaimana seseorang menjalani kehidupannya, yang melibatkan seluruh aspek individu dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Perkembangan gaya hidup sekarang menjadikan internet nomor satu untuk kegiatan apapun pada zaman sekarang, aktivitas pembelian pada saat ini bisa dilakukan dengan menggunakan internet, maka gaya hidup anak zaman sekarang cenderung lebih banyak menggunakan teknologi yang berbasis internet, antara lain: WhatsApp, Tiktok, Instagram, Shopee, M-banking, Facebook, dan lain-lain, Shopee menjadi salah satu aplikasi yang digunakan untuk pembelian barang-barang yang dibutuhkan dengan cara belanja online. Di kalangan mahasiswa, istilah belanja online sudah tidak asing lagi. E commerce memberikan pengguna cara baru untuk melakukan belanja online, dengan memudahkan akses mereka ke informasi digital tentang produk dan layanan, serta digunakan untuk memenuhi berbagai kebutuhan. (Kurniasari & Fisabilillah, 2021), selain itu dalam penelitian Sanoesi & Setiawan (2022) juga menunjukkan gaya hidup zaman sekarang telah berubah menjadi gaya hidup belanja online.

Di kalangan remaja fitur ShopeePayLater ini sangatlah menggurikan. Terlebih

ketika mereka melihat suatu barang yang ingin dimiliki tetapi mereka tidak memiliki uang yang cukup saat itu juga, maka Shopee PayLater ini dapat menjadi jalan pintas dalam mendapatkan barang tersebut. Kemudian banyak remaja yang menggunakan Shopee PayLater karena kemudahan dalam penggunaannya dan dapat dilakukan kapan saja. Dengan adanya Shopee PayLater akan memicu tumbuhnya perilaku konsumtif di kalangan remaja, karena kemudahan dalam pembayaran dan bisa dilakukan kapanpun dan dimanapun, walaupun mereka tidak memiliki uang. Terlebih jika mereka melihat harga dari suatu barang yang mereka inginkan turun harga atau diskon, maka tanpa pikir panjang mereka akan langsung membeli agar tidak kehabisan stok dengan pembayaran melalui fitur Shopee PayLater. Namun, disisi lain penggunaan Shopee PayLater ini dapat menjadi bumerang bagi mereka apabila terus menerus dilakukan tanpa pertimbangan yang jelas. Karena seperti yang kita ketahui, banyak remaja yang belum mempunyai penghasilan atau pendapatan yang tetap. Jika mereka terlalu banyak kalap mata dan mempunyai pola hidup konsumtif, mereka akan mempunyai pikiran untuk menganggap sepele tagihan Shopee PayLater ini. Padahal tagihan tersebut bukanlah hal sepele dan akan berdampak ke kehidupan mereka jika tidak dilunasi secara tepat waktu. (Vela Andita Kartika, 05 Oktober 2021).

Menjadi remaja saat ini haruslah pintar dan cermat dalam mengatur keuangan. Selain itu, para remaja haruslah menumbuhkan self-control agar tidak menimbulkan perilaku yang konsumtif dan juga kalap mata yang dapat menjadi bumerang bagi diri sendiri. Selain itu, sebaiknya sebagai remaja haruslah pintar dalam hal menabung, karena menabung sejak dini sangatlah bermanfaat di kemudian hari. Kemudian, sebagai remaja juga harus memanfaatkan teknologi yang sangat berkembang dengan cermat. Pikirkanlah risiko dan manfaat ketika menggunakan suatu teknologi. Fitur Shopee PayLater ini hadir untuk memudahkan transaksi dalam berbelanja, tetapi ketika fitur tersebut tidak digunakan dengan bijak maka akan menjadi bumerang bagi diri sendiri. Tidak seharusnya di usia remaja sudah menanggung utang yang membebani kehidupan mereka. (Vela Andita kartika 05 Oktober 2021).

2. KAJIAN TEORITIS

A. Gaya Hidup (Lifestyle)

Menurut Kotler dan Keller (2007), gaya hidup merupakan pola hidup seseorang yang tercermin dari aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan bagaimana seseorang menggunakan waktunya, apa yang dianggap penting, serta apa yang mereka pikirkan tentang lingkungan sekitarnya. Dalam konteks digital dan e-commerce, gaya hidup sangat berpengaruh terhadap pola konsumsi.

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan dalam gaya hidup masyarakat, terutama generasi muda. Remaja usia 17–25 tahun cenderung mengadopsi gaya hidup konsumtif dan instan, salah satunya dengan belanja online melalui aplikasi seperti Shopee. Penelitian oleh Kurniasari & Fisabilillah (2021) serta Sanoesi & Setiawan (2022) menunjukkan bahwa belanja online telah menjadi bagian dari gaya hidup generasi muda masa kini.

Hasil penelitian oleh Bila (2024) menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis secara positif memengaruhi keputusan pembelian pengguna Shopee PayLater. Temuan kuantitatif berbasis regresi linier mengungkap hubungan signifikan antara hedonisme, perilaku konsumtif, dan peningkatan frekuensi pembelian menggunakan PayLater. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang mengemukakan bahwa fitur pembayaran instan memicu kecenderungan konsumtif, terutama di kalangan generasi muda, akibat kemudahan akses dan dorongan untuk mengikuti tren hidup konsumtif.

B. Aksesibilitas

Aksesibilitas merujuk pada kemudahan dalam mengakses suatu layanan atau produk. Dalam konteks keuangan digital, aksesibilitas mencakup kemudahan pendaftaran, kecepatan proses transaksi, serta integrasi dengan aplikasi yang sering digunakan. Putri dan Wahyudi (2021) mengungkapkan bahwa aksesibilitas layanan fintech memengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan layanan tersebut.

Shopee PayLater menjadi contoh konkret dari layanan yang menawarkan aksesibilitas tinggi. Pengguna cukup memiliki akun Shopee, memenuhi syarat minimum, dan dapat langsung menggunakan fasilitas kredit instan ini untuk berbagai keperluan konsumsi. Akses yang mudah ini mendorong perilaku pembelian, khususnya di kalangan remaja yang sangat responsif terhadap teknologi.

Studi Kuantitatif di wilayah Jabodetabek oleh Peneliti Gen Z (2024) menemukan bahwa persepsi akan kemudahan penggunaan PayLater (*perceived ease of use* dan *perceived usefulness*) secara signifikan meningkatkan niat penggunaan, yang selanjutnya memicu perilaku pembelian impulsif di kalangan Gen Z. Analisis SmartPLS mengonfirmasi bahwa kemudahan akses berperan sebagai pemicu langsung dan tidak langsung terhadap pembelian impulsif melalui intensi penggunaan PayLater

C. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan proses di mana konsumen mengenali kebutuhan, mencari informasi, mengevaluasi alternatif, dan akhirnya memutuskan untuk membeli. Gaya hidup dan aksesibilitas merupakan dua faktor penting yang memengaruhi proses ini, terutama dalam konteks e-commerce.

Penelitian terdahulu seperti Oktavia dan Raharja (2020) serta Tirta & Wibowo (2023) menunjukkan bahwa keputusan pembelian di kalangan generasi muda tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan, tetapi juga oleh gaya hidup dan kemudahan akses layanan keuangan digital. Shopee PayLater sebagai fitur keuangan digital yang praktis dan cepat, menjadi pilihan bagi konsumen yang mengutamakan kenyamanan dan fleksibilitas.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji pengaruh gaya hidup dan kemudahan akses terhadap keputusan pembelian menggunakan Shopee PayLater pada remaja usia 17–25 tahun. Sampel sebanyak 73 responden dipilih melalui teknik *simple random sampling* dari populasi remaja pengguna Shopee PayLater di Indonesia. Data dikumpulkan melalui kuesioner online berbasis skala Likert lima tingkat yang disebar via WhatsApp dan Instagram. Analisis data dilakukan dengan SPSS versi 25, meliputi uji validitas, reliabilitas, multikolinearitas, regresi linier berganda, uji t, dan koefisien determinasi. Seluruh analisis bertujuan memastikan hasil yang valid dan dapat dipertanggung jawabkan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap 73 responden remaja berusia 17–25 tahun yang menggunakan fitur Shopee PayLater, diperoleh data yang telah dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS versi 23. Uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan dalam kuesioner valid dan reliabel, dengan nilai *Corrected Item-Total Correlation* di atas 0,3 dan nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,7, sehingga instrumen penelitian dinyatakan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Hasil uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel gaya hidup (X1) dan kemudahan akses (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) menggunakan fitur Shopee PayLater. Ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi F sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, serta nilai R square sebesar 0,602 yang berarti bahwa 60,2% variasi dalam keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh gaya hidup dan kemudahan akses, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Secara parsial, hasil uji t menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki nilai signifikansi sebesar 0,001 dengan koefisien regresi positif, yang mengindikasikan bahwa semakin tinggi gaya hidup konsumtif remaja, maka semakin besar kecenderungan mereka untuk menggunakan fitur Shopee PayLater. Hal ini selaras dengan penelitian sebelumnya oleh Oktavia dan Raharja (2020) yang menyatakan bahwa gaya hidup modern mendorong individu untuk lebih banyak melakukan pembelian instan melalui fasilitas kredit digital. Kemudahan akses juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai signifikansi 0,003. Ini menunjukkan bahwa kemudahan dalam mengakses layanan Shopee PayLater, baik dari segi prosedur pendaftaran, penggunaan yang cepat, hingga integrasi dengan aplikasi Shopee, mendorong remaja untuk memanfaatkan fasilitas ini dalam transaksi mereka. Temuan ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Putri dan Wahyudi (2021) yang menyebutkan bahwa aksesibilitas teknologi finansial berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan penggunaan layanan kredit berbasis aplikasi.

Hasil ini memperkuat bahwa perilaku pembelian remaja saat ini sangat dipengaruhi oleh gaya hidup konsumtif yang cenderung mengedepankan kenyamanan dan kebutuhan instan. Selain itu, faktor kemudahan akses terhadap layanan finansial digital seperti Shopee PayLater menjadi katalisator yang mempercepat keputusan pembelian, terutama di kalangan generasi muda yang akrab dengan teknologi. Dengan demikian, perusahaan e-commerce perlu terus memperhatikan faktor-faktor ini dalam merancang strategi pemasaran dan pengembangan produk finansial mereka untuk menarik dan mempertahankan konsumen dari segmen usia muda.

Statistik Deskriptif

Tabel 1. Hasil Statistik Deskriptif Statistik Deskriptif

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|-------------------------|----|---------|---------|---------|----------------|
| (X1) Gaya Hidup | 73 | 10.00 | 50.00 | 28.3288 | 7.52967 |
| (X2) Aksesibilitas | 73 | 10.00 | 50.00 | 35.6986 | 6.00621 |
| (Y) Keputusan Pembelian | 73 | 10.00 | 50.00 | 31.1507 | 7.57861 |
| Valid N (Listwise) | 73 | | | | |

Sumber: Data diolah oleh penulis dengan SPSS 25, (2025)

Berdasarkan hasil statistik deskriptif, variabel gaya hidup memiliki rata-rata sebesar 28,33 dengan standar deviasi 7,53, menunjukkan tingkat yang sedang dan variasi yang cukup besar. Aksesibilitas memiliki rata-rata tertinggi sebesar 35,70 dengan standar

deviasi 6,01, menunjukkan persepsi yang cenderung positif dan data yang relatif homogen. Sementara itu, keputusan pembelian memiliki rata-rata 31,15 dan standar deviasi 7,58, yang juga menunjukkan kecenderungan sedang dengan variasi yang cukup besar. Ketiga variabel memiliki rentang nilai penuh (10–50), mencerminkan keberagaman tanggapan responden.

Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas

Uji Normalitas

Uji Normalitas pada penelitian ini menggunakan metode kolmogrov smirnov Menurut (Ghozali, 2018) standar ketentuan uji normalitas menggunakan metode kolmogrov smirnov yaitu jika Asmpy Sig (2-tailed) > 0.05 = Data terdistribusi normal dan jika Asmpy Sig (2-tailed) < 0.05 = Data tidak terdistribusi normal.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 73 |
| Normal Paramaters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 3.44682144 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .070 |
| | Positif | .063 |
| | Negative | -.070 |
| Test Statistic | | .070 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .200 ^c |

Sumber: Data diolah oleh penulis dengan SPSS 25, (2025)

Dari hasil tabel di atas, diketahui nilai Asymp. Sig. (2-tailed) 0.200 > 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi dengan normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menilai apakah dalam model regresi terdapat korelasi yang kuat antar variabel independen. Multikolinearitas dapat diketahui dengan melihat nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Apabila nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih besar dari 0,1, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas. Sebaliknya, jika nilai VIF melebihi 10 dan nilai tolerance kurang dari 0,1, maka terdapat indikasi adanya multikolinearitas.

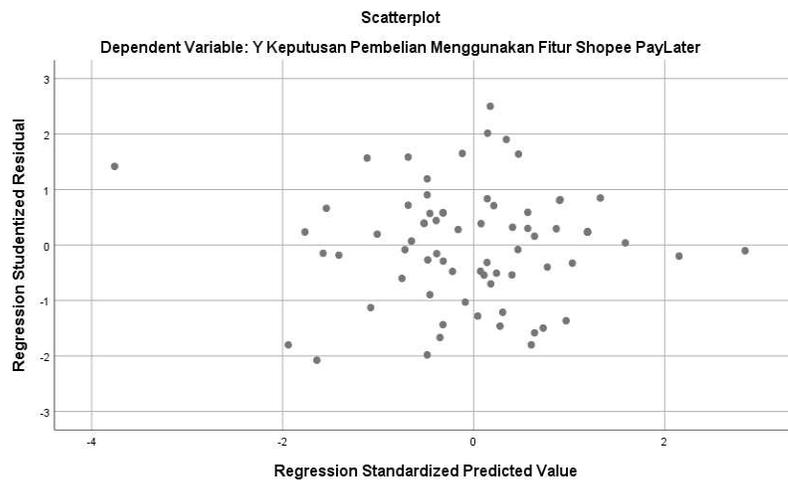
Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

| Model | Coefficient ^a | |
|------------------|--------------------------|-------|
| | Collinearity Statistics | |
| | Tolerance | VIF |
| X1 Gaya Hidup | .541 | 1.847 |
| X2 Aksesibilitas | .541 | 1.847 |

Sumber: Data diolah oleh penulis dengan SPSS 25, (2025)

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel di atas, diperoleh nilai VIF untuk variabel gaya hidup (X1) sebesar 1,847 dan untuk aksesibilitas (X2) juga sebesar 1,847, yang keduanya berada di bawah angka 10. Selain itu, nilai tolerance untuk gaya hidup (X1) sebesar 0,541 dan untuk aksesibilitas (X2) sebesar 0,541, keduanya lebih besar dari 0,1. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas pada variabel gaya hidup dan aksesibilitas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas

Gambar tersebut menunjukkan bahwa titik-titik residual tersebar secara acak tanpa membentuk pola tertentu, dengan distribusi yang seimbang di atas maupun di bawah garis horizontal. Berdasarkan pola penyebaran tersebut, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat indikasi adanya heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Tabel 4. Hasil Uji Autokorelasi

| Model Summary | |
|---------------|---------------|
| Model | Durbin-Watson |
| 1 | 1.979 |

Sumber: Data diolah oleh penulis dengan SPSS 25, (2025)

Nilai Durbin-Watson (DW) sebesar 1,979, dengan nilai dL sebesar 1,4298, nilai du sebesar 1,6148, dan nilai 4-du sebesar 2,5702. Karena nilai DW berada di antara du dan

4-du ($1,6148 < 1,909 < 2,5702$), maka dapat disimpulkan bahwa hasil uji autokorelasi dalam penelitian ini tidak menunjukkan adanya indikasi autokorelasi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan linier antara dua atau lebih variabel independen dan dependen. Hasil dari analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Hasil Analisis Linear Berganda

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | B | Std. Error | Beta | T | Sig. |
| (Constant) | -5.363 | 2.487 | | -2.157 | .034 |
| (X1) Gaya Hidup | .442 | .074 | .439 | 5.938 | .000 |
| (X2) Aksesibilitas | .672 | .093 | .533 | 7.213 | .000 |

Sumber: Data diolah oleh penulis dengan SPSS 25, (2025)

Berdasarkan tabel di atas, persamaan regresi linear berganda yang diperoleh adalah:

$$Y_{it} = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon.$$

Dari hasil analisis regresi, diketahui bahwa nilai konstanta adalah -5.363. Artinya, apabila variabel gaya hidup (X1) dan aksesibilitas (X2) adalah angka nol, maka nilai keputusan pembelian diperkirakan sebesar -5.363 unit. Koefisien regresi untuk variabel gaya hidup sebesar 0,442 menunjukkan adanya hubungan positif dengan Keputusan pembelian. Dengan kata lain, setiap peningkatan satu unit pada gaya hidup akan meningkatkan Keputusan pembelian sebesar 0,442, demikian pula sebaliknya. Sementara itu, koefisien regresi untuk variabel aksesibilitas sebesar 0.672 mengindikasikan adanya hubungan negatif antara variabel aksesibilitas dan keputusan pembelian. Ini berarti, setiap kenaikan satu unit dalam variabel aksesibilitas akan mengakibatkan penurunan nilai keputusan pembelian sebesar 0.672, begitu pula sebaliknya.

Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 6. Hasil Analisis Koefisien Determinasi

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the estimate | Durbin-Watson |
|-------|--------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1 | 0.891 ^a | 0.793 | 0.787 | 3.49571 | 1.979 |

Sumber: Data diolah oleh penulis dengan SPSS 25, (2025)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0.793. Nilai R Square ini diperoleh dari hasil kuadrat koefisien korelasi (R), yaitu $0.891 \times 0.891 = 0.793$. Besarnya angka koefisien determinasi (R Square) adalah 0.793 atau sama dengan 79.3%, angka tersebut menunjukkan bahwa variabel gaya hidup (X1) dan aksesibilitas (X2) secara simultan bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar

79.3 %. Sedangkan sisanya yaitu 20,7 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi ini, seperti perputaran piutang dan perputaran persediaan.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji-T)

Dasar pengambilan keputusan uji parsial yaitu jika nilai sig < 0.05 dan Thitung > Ttabel maka terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai sig > 0.05 dan Thitung < Ttabel maka tidak terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 5. Hasil Uji Parsial

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | T | Sig. |
| (Constant) | -5.363 | 2.487 | | -2.157 | 0.034 |
| (X1) Gaya Hidup | 0.442 | 0.074 | 0.439 | 5.938 | 0.000 |
| (X2) Aksesibilitas | 0.672 | 0.093 | 0.533 | 7.213 | 0.000 |

Sumber: Data diolah oleh penulis dengan SPSS 25, (2025)

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai signifikansi untuk variabel gaya hidup (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar $0,000 < 0,05$, serta nilai Thitung sebesar $5.938 > 2,018$. Dengan demikian, H1 diterima dan H0 ditolak, yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel gaya hidup terhadap keputusan pembelian (Y). Sementara itu, nilai signifikansi untuk pengaruh aksesibilitas (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah sebesar $0.000 > 0,05$, dengan nilai Thitung sebesar $7.213 < 2,018$. Oleh karena itu, H0 diterima dan H2 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa aksesibilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

Uji Simultan (Uji-F)

Dasar pengambilan keputusan uji simultan yaitu jika nilai signifikansi < 0.05 dan Fhitung > Ftabel maka terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi > 0.05 dan Fhitung < Ftabel maka terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 8. Hasil Uji Simultan

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|---------|--------------------|
| 1 | Regression | 3279.941 | 2 | 1639.970 | 134.204 | 0.000 ^b |
| | Residual | 855.402 | 70 | 12.220 | | |
| | Total | 4135.342 | 72 | | | |

Sumber: Data diolah oleh penulis dengan SPSS 25, (2025)

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai signifikansi untuk variabel Gaya Hidup (X1) dan variabel Aksesibilitas (X2) secara simultan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) sebesar $0,000 < 0,05$, serta nilai Fhitung sebesar $134.204 > 3,21$. Dengan demikian, H3 diterima dan H0 ditolak, yang berarti bahwa variabel gaya hidup dan aksesibilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Aksesibilitas

Berdasarkan hasil penelitian, gaya hidup terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap aksesibilitas layanan keuangan digital, khususnya penggunaan fitur Shopee PayLater. Gaya hidup konsumtif yang diadopsi oleh remaja usia 17–25 tahun mendorong mereka untuk mencari kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan dalam bertransaksi, yang sejalan dengan kebutuhan akan aksesibilitas yang tinggi pada layanan keuangan digital. Meskipun hubungan langsung antara gaya hidup dan aksesibilitas tidak diuji secara spesifik, hasil analisis regresi menunjukkan bahwa gaya hidup mempengaruhi keputusan pembelian melalui pengaruhnya terhadap tingkat aksesibilitas layanan tersebut. Uji validitas, reliabilitas, normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan analisis regresi linier berganda mendukung temuan ini, dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 79,3% yang menunjukkan bahwa gaya hidup dan aksesibilitas secara simultan memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial, gaya hidup juga berkontribusi besar terhadap keputusan pembelian berbasis layanan yang mudah diakses, seperti Shopee PayLater. Kesimpulannya, gaya hidup konsumtif remaja mendorong kebutuhan akan aksesibilitas yang tinggi terhadap layanan keuangan digital, yang pada gilirannya memperkuat perilaku pembelian impulsif di kalangan mereka.

Pengaruh Aksesibilitas Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian, aksesibilitas terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan fitur Shopee PayLater di kalangan remaja usia 17–25 tahun. Kemudahan dalam mengakses layanan, seperti proses pendaftaran yang cepat, integrasi yang praktis dengan aplikasi Shopee, serta fleksibilitas penggunaan fitur PayLater, mendorong remaja untuk lebih aktif menggunakan layanan ini dalam transaksi sehari-hari. Hasil uji parsial menunjukkan nilai signifikansi 0,000 dan t-hitung 7,213, yang mengonfirmasi hubungan kuat antara aksesibilitas dan keputusan pembelian. Uji statistik lainnya juga mendukung temuan ini, dengan data yang terdistribusi normal, tidak ada multikolinearitas, dan tidak ada masalah heteroskedastisitas yang mengganggu model. Selain itu, analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa aksesibilitas, bersama gaya hidup, mampu menjelaskan 79,3% variasi dalam keputusan pembelian, dan uji simultan mengonfirmasi bahwa keduanya berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini menegaskan bahwa kemudahan akses merupakan faktor utama dalam perilaku konsumsi remaja yang memanfaatkan layanan keuangan digital seperti Shopee PayLater. Penelitian di wilayah Jabodetabek oleh studi Gen Z (2024) mengungkapkan bahwa kedua variabel TAM tersebut secara signifikan berkorelasi dengan niat menggunakan PayLater, dan niat ini berpengaruh positif terhadap impulsive buying. Dengan menggunakan SmartPLS, ditemukan bahwa kemudahan dan manfaat dirasakan menjadi faktor utama membentuk niat penggunaan (Gen Z Peneliti, 2024)

Pengaruh Gaya Hidup dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Pembelian

Penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup dan aksesibilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan Shopee PayLater di kalangan remaja usia 17–25 tahun. Hasil analisis regresi berganda dan uji F menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 dan Fhitung sebesar 134,204, yang berarti kedua variabel ini bersama-sama mendorong peningkatan keputusan pembelian. Gaya hidup konsumtif yang mengutamakan kepraktisan, kecepatan, dan modernitas membuat remaja cenderung menggunakan fasilitas keuangan digital, sementara kemudahan akses terhadap fitur Shopee PayLater mempercepat proses

transaksi, sehingga mendorong pengambilan keputusan pembelian yang lebih cepat dan tanpa banyak pertimbangan. Uji asumsi klasik menunjukkan bahwa model yang digunakan valid, dengan data terdistribusi normal, tidak ada multikolinearitas, heteroskedastisitas, maupun autokorelasi, serta koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,793 yang menunjukkan bahwa gaya hidup dan aksesibilitas mampu menjelaskan 79,3% variasi dalam keputusan pembelian. Kedua variabel ini juga secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, mempertegas bahwa keputusan pembelian remaja dipengaruhi tidak hanya oleh kebutuhan fungsional, tetapi juga oleh gaya hidup modern dan kemudahan akses teknologi finansial.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup dan aksesibilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan Shopee PayLater di kalangan remaja usia 17–25 tahun. Gaya hidup konsumtif yang mengutamakan kepraktisan dan kebutuhan instan mendorong peningkatan penggunaan layanan keuangan digital, sementara kemudahan akses memperkuat kecenderungan tersebut dengan memberikan fasilitas transaksi yang cepat dan mudah. Dengan nilai koefisien determinasi sebesar 79,3%, kedua variabel ini terbukti mampu menjelaskan sebagian besar variasi dalam keputusan pembelian. Oleh karena itu, pola konsumsi remaja saat ini sangat dipengaruhi oleh kombinasi gaya hidup modern dan kemudahan akses terhadap layanan finansial digital.

Saran

A. Bagi Remaja Atau Pengguna Shopee PayLater

Remaja perlu dibekali pemahaman yang baik mengenai manajemen keuangan, terutama risiko penggunaan layanan kredit seperti PayLater agar tidak terjebak dalam perilaku konsumtif dan utang yang menumpuk.

B. Bagi Shopee Atau Perusahaan Fintech

Shopee dapat menyediakan edukasi keuangan di aplikasinya, khususnya untuk pengguna muda, agar penggunaan PayLater dilakukan secara sehat dan bertanggung jawab.

C. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan untuk menambahkan variabel seperti literasi keuangan, kontrol diri, atau pengaruh teman sebaya guna memperluas pemahaman mengenai keputusan pembelian berbasis PayLater.

DAFTAR REFERENSI

- Bank Indonesia. (2023). Laporan tahunan Bank Indonesia 2023. Retrieved from <https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan-tahunan/Default.aspx>
- Huston, S. J. (2017). *Financial literacy and the life cycle*. Springer.
- Katadata Insight Center. (2023). Laporan survei perilaku pengguna PayLater di Indonesia. Retrieved from <https://katadata.co.id/>
- Liu, H., & Zhang, D. (2021). The impact of instant credit access on risky financial behavior: Evidence from China. *Journal of Financial Behavior*, 6(2), 34-48. <https://doi.org/10.1016/j.jfbc.2021.100065>
- Norvilitis, J. M., Merwin, M. M., Osberg, T. M., Roehling, P. V., Young, P., & Kamas, M. (2016). Personality factors, money attitudes, financial knowledge, and credit- card

- debt in college students. *Journal of Applied Social Psychology*, 36(6), 1395- 1413. <https://doi.org/10.1111/j.0021-9029.2006.00065.x>
- Nugraha, R. A., & Lestari, P. (2022). Financial self-efficacy and risky credit behavior among university students in Indonesia. *Indonesian Journal of Behavioral Economics*, 5(1), 12-25. <https://doi.org/10.21009/ijbe.05102>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). Survei nasional literasi dan inklusi keuangan 2022. Retrieved from <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Default.aspx>
- Perry, V. G., & Morris, M. D. (2018). *Household financial management: The connection between knowledge and behavior*. Springer.
- Putri, D. F., & Wahyudi, S. (2021). The role of fintech accessibility in shaping youth purchasing decisions. *Journal of Digital Economy*, 3(2), 45-56. <https://doi.org/10.21009/jde.03205>
- Tirta, I. M. A., & Wibowo, A. (2023). Behavioral analysis of PayLater users among millennials and gen Z in Indonesia. *Indonesian Journal of Consumer Behavior*, 7(1), 67-78. <https://doi.org/10.21009/ijcb.07105>
- We Are Social & Hootsuite. (2024). Digital 2024: Indonesia. Retrieved from <https://wearesocial.com/insights/digital-2024-indonesia>
- (00)jecatama Vol 1 No. 2 - 2022 ANALISIS PENGARUH PENGETAHUAN DAN TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP KINERJA, n.d.)
- Bila, S. (2024). Pengaruh gaya hidup hedonisme dan perilaku konsumtif terhadap keputusan pembelian pengguna Shopee PayLater. *Jurnal Pendidikan dan Teknologi Nusantara*, (April 2024). Diakses dari <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/62300>
- Yuniningsih, Y. (2023). The effect of buy now, pay later mode on impulsive buying behavior. *International Journal of Business and Management*. Retrieved from <https://ijbmm.com/paper/May2023/8340436467.pdf>
- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2017). Hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada remaja. *Gajah Mada Journal of Psychology*, 3(3), 131–140. Diakses dari <https://journal.ugm.ac.id/gamajop/article/download/44104/23971>
- Setiawati, E., & Oktora, I. G. N. (2024). The effect of using Shopee PayLater on impulse buying with hedonic value as a mediation variable. *International Journal of Economic Literature*, 2(12), 3860–3873. Diakses dari <https://injole.joln.org/index.php/ijle/article/view/358>
- Gen Z Peneliti. (2024). Exploring factors influencing Gen Z's PayLater usage intention and its impact on impulsive buying in Jabodetabek. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Indonesia*. Diakses dari <https://journal.unhas.ac.id/index.php/jbmi/article/view/27711>
- Tri Widiastuti, C. G., & Gusmao, C. (2024). Beyond the click: A deep dive into factors influencing digital PayLater adoption among Generation Z. *International Journal of Business & Economics*, X(Y), Z–Z. Diakses dari <https://ojs.ijbe-research.com/index.php/IJBE/article/view/1079>
- Putri, F. A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee Paylater. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 818. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p818.828>