

**DETERMINAN KEPUTUSAN PENGGUNAAN SHOPEE PAYLATER
DENGAN FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR SEBAGAI
VARIABEL MODERASI**



**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN SYARAT PENGAJUAN SKRIPSI**

Disusun Oleh:

Az Zahra Zain Widodo

NIM: 21108030068

Dosen Pembimbing:

Furqonul Haq, S.E.I., M.E.I

NIP. 19900525 201903 1009

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
2025**

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-514/Un.02/DEB/PP.00.9/03/2025

Tugas Akhir dengan judul : DETERMINAN KEPUTUSAN PENGGUNAAN SHOPEE PAYLATER DENGAN FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR SEBAGAI VARIABEL MODERASI

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : AZ ZAHRA ZAIN WIDODO
Nomor Induk Mahasiswa : 21108030068
Telah diujikan pada : Senin, 10 Maret 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Furqonul Haq, S.E.I.,M.E.I
SIGNED
Valid ID: 67d3c96566db8



Penguji I
Dr. Darmawan, SPd.,MAB
SIGNED
Valid ID: 67d3af450c0fc



Penguji II
Agus Faisal, S.E.I., M.E.I.
SIGNED
Valid ID: 67d26d599e819



Yogyakarta, 10 Maret 2025
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.Si., Ak., CA., ACPA.
SIGNED
Valid ID: 67d3d1575f02f

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Az Zahra Zain Widodo
NIM : 21108030068
Jurusan/Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non- Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :-

“Determinan Keputusan Penggunaan Shopee Paylater dengan Financial Management Behavior Sebagai Variabel Moderasi”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola, dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

**SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

Dibuat di Yogyakarta

Pada tanggal 6 Maret 2025

Yang Menyatakan,



Az Zahra Zain Widodo

NIM: 21108030068

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Az Zahra Zain Widodo

NIM : 21108030068

Prodi : Manajemen Keuangan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Determinan Keputusan Penggunaan Shopee Paylater dengan Financial Management Behavior Sebagai Variabel Moderasi”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikasi maupun sunduran dari karya lain kecuali pada bagian yang sudah dirujuk dan disebut dalam *body note* dan daftar pustaka. Apabila lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Yogyakarta, 6 Maret 2025

Penyusun



Az Zahra Zain Widodo

NIM: 21108030068

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Hal : Skripsi Az Zahra Zain Widodo
Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di-Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudari :

| | | |
|---------------|---|---|
| Nama | : | Az Zahra Zain Widodo |
| NIM | : | 21108030068 |
| Judul Skripsi | : | Determinan Keputusan Penggunaan Shopee Paylater dengan Financial Management Behavior Sebagai Variabel Moderasi |

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/Program Studi Manajemen Keuangan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 6 Maret 2025

Pembimbing

Furqonul Haq, S.E.I., M.E.I
NIP.19900525 201903 1009

HALAMAN MOTTO

“ Ingatlah ketika kita berada di titik terendah, kita pasti bisa melewatkinya.”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahhirahmanirrahim

Puji syukur atas kehadirat Allah SWT dan shalawat serta salam yang selalu tercurahkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW.

Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua yang saya cintai dan saya sayangi, terutama Ibunda saya Eli Nurkhasanah, S.E. yang tiada hentinya mendukung dan memotivasi saya agar senantiasa berjuang untuk menjadi putri kebanggaan keluarga, bangsa dan negara.

Terima kasih kepada bapak Furqonul Haq, S.E.I., M.E.I. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang senantiasa membimbing dan memberi arahan kepada saya.

Terima kasih kepada Almamater UIN Sunan Kalijaga, terkhusus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan saya kesempatan dan ruang belajar.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PEDOMAN LITERASI ARAB LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin | Keterangan |
|------------|------|--------------------|-----------------------------|
| أ | Alif | Tidak dilambangkan | Tidak dilambangkan |
| ب | Ba | B | Be |
| ت | Ta | T | Te |
| ث | Şa | ş | es (dengan titik di atas) |
| ج | Jim | J | Je |
| ح | Ha | ḥ | ha (dengan titik di bawah) |
| خ | Kha | Kh | ka dan ha |
| د | Dal | d | De |
| ذ | Żal | ż | Zet (dengan titik di atas) |
| ر | Ra | r | er |
| ز | Zai | z | zet |
| س | Sin | s | es |
| ش | Syin | sy | es dan ye |
| ص | Şad | ş | es (dengan titik di bawah) |
| ض | Dad | ḍ | de (dengan titik di bawah) |
| ط | Ta | ṭ | te (dengan titik di bawah) |
| ظ | Za | ẓ | zet (dengan titik di bawah) |
| ع | ˋain | ˋ | koma terbalik (di atas) |
| غ | Gain | g | ge |
| ف | Fa | f | ef |

| | | | |
|---|--------|---|----------|
| ق | Qaf | q | ki |
| ك | Kaf | k | ka |
| ل | Lam | l | el |
| م | Mim | m | em |
| ن | Nun | n | en |
| و | Wau | W | we |
| ه | Ha | h | ha |
| ء | Hamzah | ' | apostrof |
| ي | Ya | y | ye |

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah Ditulis Rangkap

| | | |
|--------|---------|----------------------|
| متعددة | Ditulis | <i>Muta "addidah</i> |
| عدة | Ditulis | <i>,,iddah</i> |

C. Konsonan Tunggal

Semua ta' marbutah ditulis dengan h, baik berada pada kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang "al"). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

| | | |
|-------------|---------|----------------------------|
| حکمة | Ditulis | <i>Hikmah</i> |
| علة | Ditulis | <i>'illah</i> |
| كرمة الوليا | Ditulis | <i>Karamah al auliya''</i> |

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

| | | | |
|---------|--------|---------|----------------|
| --- | Fathah | Ditulis | A |
| --- | Kasrah | Ditulis | I |
| --- | Dammah | Ditulis | U |
| فَعْل | Fathh | Ditulis | <i>Fa'ala</i> |
| ذَكْر | Kasrah | Ditulis | <i>Zukira</i> |
| يَذْهَب | Dammah | Ditulis | <i>Yazhabu</i> |

E. Vokal Panjang

| | | |
|----------------------------------|---------|-------------------|
| 1. fathah + alif | Ditulis | A |
| جَاهِلِيَّة | Ditulis | <i>Jahiliyyah</i> |
| 2. fathah + ya [“] mati | Ditulis | A |
| تَسْنِي | Ditulis | <i>Tansa</i> |
| 3. kasrah + ya [“] mati | Ditulis | I |
| كَرِيم | Ditulis | <i>Karim</i> |
| 4. dhammah + wawu mati | Ditulis | U |
| فَرُوض | Ditulis | <i>Furud</i> |

F. Vokal Rangkap

| | | |
|-----------------------|---------|-----------------|
| 1. fathah + ya' mati | Ditulis | Ai |
| بَيْنَمَا | Ditulis | <i>Bainakum</i> |
| 2. fathah + wawu mati | Ditulis | Au |
| فَوْل | Ditulis | <i>Qaul</i> |

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

| | | |
|------------------|---------|-------------------------|
| الْثَمْ | Ditulis | <i>A 'antum</i> |
| أعْدَتْ | Ditulis | <i>U'iddat</i> |
| لَنْ شَكَرْ نَمْ | Ditulis | <i>La 'in syakartum</i> |

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf qamariyyah maka ditulis menggunakan huruf awal “al”

| | | |
|-----------|---------|-----------------|
| الْقُرْآن | Ditulis | <i>Al-Quran</i> |
| الْقِيَاس | Ditulis | <i>Al-Qiyas</i> |

2. Bila diikuti huruf Syamsiyyah maka ditulis sesuai dengan huruf pertama syamsiyah tersebut

| | | |
|------------|---------|------------------|
| الْسَّمَاء | Ditulis | <i>As-sama'</i> |
| الشَّمْس | Ditulis | <i>Asy-syams</i> |

3. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

| | | |
|--------------------|---------|----------------------|
| ذُو الْفُرُوض | Ditulis | <i>Zawi al-furud</i> |
| أَهْلَ الْسُّنْنَة | Ditulis | <i>Ahl as-sunnah</i> |

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayahnya-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Determinan Keputusan Penggunaan Shopee *Paylater* dengan *Financial Management Behavior* Sebagai Variabel Moderasi”. Shalawat serta salam semoga tetap terlimpah dan tercurah kehadirat junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW, Keluarga dan Sahabatnya.

Alhamdulillah dengan rahmat Allah SWT dan bantuan dari berbagai pihak, skripsi yang telah disusun ini akhirnya dapat terselesaikan untuk mendapatkan gelar Sarjana dalam bidang Manajemen Keuangan Syariah di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Pada kesempatan ini sudah sepantasnya penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. H. Noorhaidi Hasan, S.Ag., MA, M.Phil., Ph.D. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.Si., Ak., CA., ACPA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Dr. H. Darmawan, S.Pd., M.A.B., CFRM selaku Ketua Program Studi Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Furqonul Haq, S.E.I., M.E.I. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah berkenan membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Para Dosen Program studi Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
6. Semua staf dan karyawan bagian Tata Usaha Prodi Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Keluarga tercinta saya yang senantiasa memberikan semangat yaitu Ibunda Eli Nur Khasanah, S.E. dan Ayah Didin Setyo Widodo, S.E. (Alm) dan Adik kandung Arsyia Sasikirana Widodo, yang sampai saat ini selalu mendoakan serta bersamai dalam setiap kondisi dan selalu memotivasi dalam penyelesaian pendidikan ini.

8. Teman-teman dekat saya Amalia, Anisa dan Fika, yang selalu ada meneman penulis dalam keadaan susah maupun senang.
9. Teman-teman prodi Manajemen Keuangan Syariah yang menjadi teman keseharian saat di Yogyakarta dalam penyusunan skripsi ini.
10. Responden yang telah berkenan membantu penelitian saya.
11. Kepada diri sendiri yang sejauh ini telah mampu bertahan hingga dapat menyelesaikan semuanya, walaupun terkadang menangis dan banyak hal yang harus diiklaskan dalam penyelesaian skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa mencerahkan kebahagiaan atas semua pengorbanan dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini. Saya sebagai penulis menyadari masih terdapat kekurangan, dan masih jauh dari kata sempurna, saya harap skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi pembaca umumnya.

Yogyakarta, 6 Maret 2025

Penyusun

Az Zahra Zain Widodo

NIM: 21108030068

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR | ii |
| HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI..... | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN..... | iv |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI | v |
| HALAMAN MOTTO | vi |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | vii |
| PEDOMAN LITERASI ARAB LATIN | viii |
| KATA PENGANTAR..... | xii |
| DAFTAR ISI..... | xiv |
| DAFTAR TABEL | xvi |
| DAFTAR GAMBAR..... | xvii |
| ABSTRAK | xviii |
| ABSTRACT | xix |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 13 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 14 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 15 |
| 1. Manfaat Teoritis | 15 |
| 2. Manfaat Praktis..... | 15 |
| E. Sistematika Pembahasan | 16 |
| | |
| BAB II LANDASAN TEORI | 19 |
| A. Landasan Teori | 19 |
| 1. <i>Theory Of Planned Behavior</i> | 19 |
| 2. Religiusitas | 22 |
| 3. Pendapat | 24 |
| 4. Persepsi Risiko | 24 |
| 5. <i>Lifestyle</i> | 25 |
| 6. <i>Paylater</i> | 25 |
| 7. Riba | 27 |
| 8. Teori Perilaku Keuangan..... | 28 |
| 9. Teori Perilaku Keuangan dalam Perspektif Islam..... | 29 |
| B. Kajian Pustaka..... | 30 |
| C. Pengembangan Hipotesis | 37 |
| D. Kerangka Pemikiran | 43 |
| | |
| BAB III METODE PENELITIAN | 45 |
| A. Jenis Penelitian | 45 |
| B. Definisi Operasional Variabel | 45 |
| C. Populasi dan Sampel | 49 |
| D. Data, Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data..... | 52 |

| | |
|--|------------|
| E. Instrumen Penelitian..... | 53 |
| F. Teknik Analisis Data..... | 54 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 61 |
| A. Gambaran Umum Objek Penelitian/Sampel | 61 |
| B. Analisis Deskriptif..... | 61 |
| C. Analisis Data | 65 |
| 1. Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>) | 66 |
| a. Uji Validitas | 66 |
| b. Uji Reliabilitas | 69 |
| 2. Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>) | 70 |
| a. <i>Goodness of Fit (GOF)</i> | 70 |
| b. Uji <i>R-Squared</i> | 71 |
| c. Uji <i>Q-Squared</i> | 72 |
| d. Uji Hipotesis | 72 |
| D. Pembahasan..... | 81 |
| BAB V PENUTUP..... | 93 |
| A. Kesimpulan..... | 93 |
| B. Saran | 94 |
| DAFTAR PUSTAKA | 95 |
| LAMPIRAN..... | 102 |

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel..... | 46 |
| Tabel 3.2 Pengukuran Skala <i>Likert</i> | 54 |
| Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 61 |
| Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia | 62 |
| Tabel 4.3 Komposisi Responden Berdasarkan Domisili..... | 62 |
| Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pendidikan Responden | 63 |
| Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Sumber Pendapatan Responden | 64 |
| Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Pendapatan Responden..... | 64 |
| Tabel 4.7 Responden yang Belum bekerja..... | 65 |
| Tabel 4.8 <i>Loading Factor</i> | 66 |
| Tabel 4.9 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> | 68 |
| Tabel 4.10 <i>Square Roots of Average Variance Extracted (AVE)</i> | 68 |
| Tabel 4.11 <i>Composite Reliability & Cronbach's Alpha</i> | 69 |
| Tabel 4.12 <i>Goodness of Fit (GOF)</i> | 70 |
| Tabel 4.13 <i>R-Squared</i> | 71 |
| Tabel 4.14 <i>Q-Squared</i> | 72 |
| Tabel 4.15 <i>Path Coefficient & P-Values</i> | 72 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 <i>Paylater</i> yang sering digunakan di Indonesia | 2 |
| Gambar 2.1 <i>Theory of Planned Behavior</i> | 19 |
| Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis | 43 |



ABSTRAK

Di era globalisasi modern, teknologi berkembang pesat, ditandai dengan hadirnya teknologi keuangan berbasis digital dalam kehidupan masyarakat. Teknologi ini, dikenal sebagai *financial technology (fintech)*, menghadirkan inovasi baru pada industri keuangan di Indonesia berupa fitur *Paylater* pada *marketplace* Shopee. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian kuesioner dengan sampel 155 responden dengan seluruh responden yang dikhususkan hanya untuk pengguna layanan Shopee *Paylater* pada generasi Z di DI Yogyakarta yang belum bekerja. Metode pada penelitian ini dengan analisis menggunakan SEM-PLS dengan bantuan alat analisis WarpPLS 7.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial, religiusitas, pendapatan, persepsi risiko, dan *lifestyle* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan Shopee *Paylater*. *Financial Management Behavior* tidak memoderasi hubungan parsial antara religiusitas, persepsi risiko dan *lifestyle* terhadap keputusan penggunaan Shopee *Paylater*. Sedangkan *Financial Management Behavior* terbukti memoderasi hubungan antara pendapatan terhadap keputusan penggunaan Shopee *Paylater*.

Kata kunci: Religiusitas, Pendapatan, Persepsi Risiko, *Lifestyle*, *Financial Management Behavior*, Keputusan Penggunaan Shopee *Paylater*



ABSTRACT

In the era of modern globalization, technology is developing rapidly, marked by the presence of digital-based financial technology in people's lives. This technology, known as financial technology (fintech), presents new innovations in the financial industry in Indonesia in the form of the Paylater feature on the Shopee marketplace. This study uses a quantitative approach with a questionnaire research method with a sample of 155 respondents with all respondents specifically for Shopee Paylater service users in generation Z in DI Yogyakarta who are not yet working. The analysis method used in this study is SEM-PLS with the help of the WarpPLS 7.0 analysis tool. The results of this study indicate that partially, religiosity, income, risk perception, and lifestyle have a significant positive effect on the decision to use Shopee Paylater. Financial Management Behavior does not moderate the partial relationship between religiosity, risk perception and lifestyle on the decision to use Shopee Paylater. While Financial Management Behavior is proven to moderate the relationship between income and the decision to use Shopee Paylater.

Keywords: *Religiosity, Income, Risk Perception, Lifestyle, Financial Management Behavior, Decision to Use Shopee Paylater*



BAB I

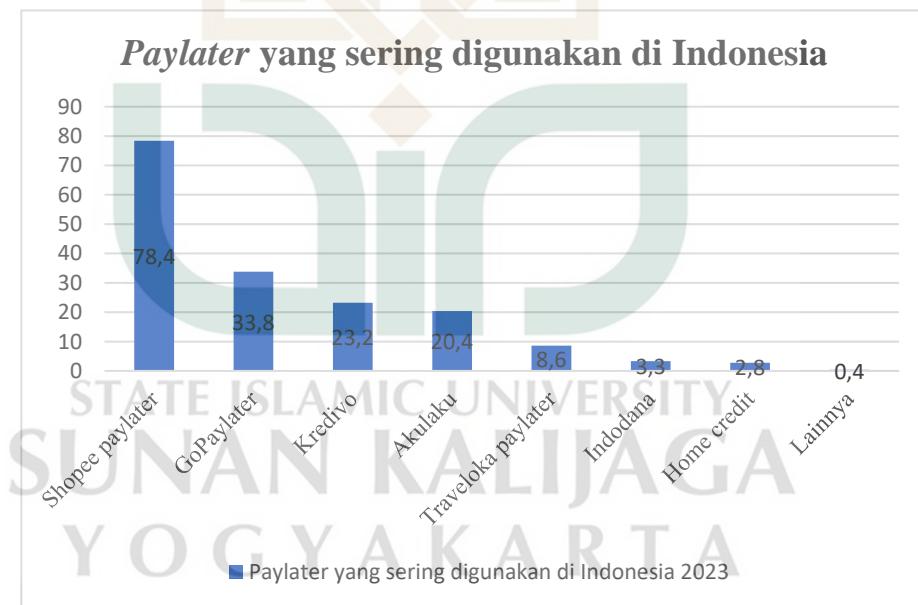
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era globalisasi modern, teknologi berkembang dengan pesat. Perkembangan zaman membawa inovasi baru dalam setiap aspek kehidupan manusia, ditandai dengan hadirnya teknologi berbasis digital di tengah kehidupan masyarakat (Irawan *et al.*, 2022). Teknologi digital yang semakin berkembang mulai dari perangkat lunak hingga perangkat keras, seperti penggunaan jejaring sosial, layanan keuangan, dan mudahnya berbelanja di aplikasi *e-commerce*, serta macam-macam layanan digital lainnya berbentuk uang tunai menjadi sistem non-tunai (Faliha Utama *et al.*, 2024). Hadirnya teknologi keuangan, juga dikenal sebagai *financial technology* (*fintech*), menandai model bisnis teknologi baru dalam industri keuangan di Indonesia (D. Bapat, 2020). Adapun metode pemasaran yang efektif menggunakan pembayaran elektronik telah dibuat oleh perusahaan teknologi keuangan, yang dikenal sebagai *fintech* (Aulianisa, 2020). Selain itu, sistem *e-commerce* sebagai pusat mobilitas barang dan jasa secara elektronik yang sudah ada jauh sebelum munculnya *fintech* (Irawan *et al.*, 2022).

Berkembangnya *financial technology* atau *fintech* yang semakin maju menciptakan inovasi baru seperti fitur *Paylater* (Iswariyadi *et al.*, 2023). Didukung berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tanggal 17 Mei 2022 terhitung 102 perusahaan *fintech* lending yang

terdaftar serta berizin resmi di Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2021). Sistem *Paylater* yang sedang trend saat ini menjadi salah satu bagian *Peer to Peer Lending* (Faulina & Ramaputra, 2023). *P2P* yaitu pengembangan teknologi dalam keuangan melalui pemanfaatan aplikasi digital sehingga pengguna dan penyedia pinjaman dapat bertransaksi langsung secara online (D. M. Bapat, 2020). Selanjutnya, sistem pelaksanaan *fintech lending* dalam hal pinjaman online dapat berupa aplikasi atau *website* (OJK, 2021). Salah satu produk *fintech peer to peer lending* yaitu Shopee *Paylater* dimana sudah ada sejak tahun 2018 oleh perusahaan PT. Lentera Dana Nusantara yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (Anggraeny *et al.*, 2023).



Gambar 1.1 *Paylater* yang sering digunakan di Indonesia

Sumber: *GoodStats*, 2023

Berdasarkan grafik gambar 1.1 dapat disimpulkan bahwa terdapat popularitas pada setiap layanan *Paylater* di Indonesia, Shopee *Paylater* memiliki persentase tertinggi yaitu 78,4% pengguna *Paylater* di Indonesia.

(Agustin *et al.*, 2023). Selanjutnya, diikuti oleh GoPaylater dengan persentase 33,8%, Kredivo 23,2%, dan Akulaku dengan persentase 20,4%. Di sisi lain, *Paylater* pada Traveloka memiliki persentase 8,6%. Perlu diketahui bahwa Traveloka merupakan *start-up* yang bergerak pada agen travel *online* pertama kali *Paylater* dikenal di Indonesia (Wijaya *et al.*, 2022). Indodana, Home credit, dan layanan lainnya juga memiliki pangsa pasar masing-masing, meskipun jauh dibawah pengguna Shopee *Paylater* (Mariana Laili Kurniasari & Ratnanto, 2024). Data ini mengindikasi bahwa Shopee *Paylater* telah berhasil menarik minat konsumen yang lebih besar dibandingkan dengan kompetitornya dalam layanan kredit atau cicilan online (GoodStats, 2023).

Didukung oleh survey data *Daily Social* (2020), *Paylater* masuk dalam kategori peringkat kedua *fintech* yang paling banyak digunakan yaitu terhitung 72,5%, dibawah dompet digital yang memiliki persentase sebesar 82,2%. Lebih lanjut dijelaskan bahwa, pembayaran cicilan Shopee *Paylater* memiliki beberapa pilihan opsi pembayaran, yaitu mulai dari dua belas kali, enam kali, tiga kali, atau satu kali bayar (Friska Fadhlila *et al.*, 2023). Pengguna akan dikenakan bunga sebesar minimal 2,95% setiap bulan dan biaya layanan sebesar 1% dari total pembelian. Apabila cicilan tertunda, pengguna akan dikenai biaya keterlambatan sebesar 5% dari total yang belum terbayarkan (Sulistyaningsih *et al.*, 2023). Selain itu, untuk pengajuan layanan Shopee *Paylater*, hanya perlu memiliki KTP dan foto

diri, serta memiliki batas limit pinjaman tinggi dibandingkan dengan *Paylater* lainnya (Damayanti & Canggih, 2021).

Fenomena penggunaan *Paylater* utamanya pada Shopee, salah satunya juga disebabkan oleh tawaran dalam metode pembayarannya yang dapat menarik pengguna layanan kredit online seperti kartu VISA/*credit card*, *mbanking*, ATM, *e-wallet*, sistem *cash on delivery*, dan layanan bayar nanti (*Paylater*) (DailySocial, 2022). Mahasiswa dan remaja cenderung lebih suka metode berhutang atau *Paylater*, untuk berbelanja online utamanya pada produk *fashion* dan kosmetik (Goyal *et al.*, 2021). Angsuran tanpa kartu kredit, menjadi hal yang menarik yaitu adanya inovasi yang paling menonjol yaitu sistem beli sekarang bayar nanti, atau disebut *buy now pay later* yang populer di kalangan gen Z (Feralda *et al.*, 2023).

Kalangan generasi Z dalam penggunaan *e-commerce* Shopee utamanya pada layanan *Paylater* sudah tidak asing lagi, Shopee didukung dengan cara pembayarannya yang terjamin keamanannya, sistem kirim barang yang konsisten, dan layanan sosial yang kreatif, *platform* ini terus meningkatkan efektifitas pada transaksi jual beli (Ademola *et al.*, 2019). Terdapat promo tersendiri ketika menggunakan layanan Shopee *Paylater* yang menawarkan lebih banyak diskon, gratis ongkir dan voucher lainnya dalam bertransaksi juga mempengaruhi perilaku konsumen (Faliha Utama *et al.*, 2024). Hal tersebut mendorong untuk menggunakan kredit online (*Paylater*) untuk memenuhi gaya hidup individu tersebut, utamanya mahasiswa dan remaja (Bangngu *et al.*, 2023).

Sejalan dengan hal tersebut, penggunaan *Paylater* dan kemajuan teknologi juga berdampak buruk pada manusia (Ademola *et al.*, 2019). Peningkatan kebutuhan masyarakat memberikan dampak negatif terhadap pengelolaan keuangan seseorang yang disebut dengan pengeluaran tak terduga (Iswariyadi *et al.*, 2023). Meningkatnya kebutuhan masyarakat secara signifikan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif utamanya bagi kalangan remaja dan mahasiswa masa kini (Rahman *et al.*, 2021). Masyarakat berlomba-lomba dengan mengikuti model baru yang terjadi di kalangan sosial, sehingga gaya hidup yang tinggi serta mengikuti tren terbaru tanpa mempertimbangkan efek negatifnya (Hidayat *et al.*, 2023).

Menurut penelitian Afandi & Hartati (2019) menjelaskan bahwa pelajar dan mahasiswa cenderung berulang memutuskan pembelian secara berkelipatan dengan nilai tinggi, dan mengambil keputusan secara tiba-tiba. Pada penelitian ini, berfokus pada pengguna *e-commerce* terbanyak yaitu dari kalangan generasi Z umumnya berumur 18-25 tahun (Faliha Utama *et al.*, 2024). Dengan kata lain bahwa layanan pembayaran *Paylater* dijadikan opsi yang paling diminati kalangan generasi Z (Iswariyadi *et al.*, 2023). Serta berdasarkan survei oleh Katadata *Insight Center* (2022) menunjukkan 13,8% dari total keseluruhan 5.204 responden menggunakan layanan *Paylater* di *e-commerce* untuk berbelanja online dimana yang paling banyak penggunanya sebesar 9,7% oleh generasi Z (Sitepu & Fadila, 2024).

Lebih lanjut dijelaskan bahwa generasi Z adalah usia yang lahir dari tahun 1995 hingga 2010, cenderung belum memiliki penghasilan yang tetap.

Oleh karena itu, *Paylater* menjadi pilihan favorit generasi Z saat berbelanja secara online atau digital (Sulistyaningsih *et al.*, 2023). Kaum muda generasi Z yang senang menggunakan fitur *Paylater* terjadi di seluruh dunia (Anggraeny *et al.*, 2023). Data Forbes tahun 2022 menunjukkan bahwa gen Z mendominasi penggunaan *Paylater* di Inggris (Atunnisah, 2023). Ini tercermin dalam data *Buy Now Pay Later* (BNPL) bulanan rata-rata 80% bagi orang usia 18-24 tahun, yang diikuti oleh 75% bagi orang usia 25-34 tahun, dan 63% bagi orang usia 35-44 tahun (Wijaya *et al.*, 2022). Hal tersebut dapat menarik permasalahan bagi generasi Z untuk coba-coba dan menggunakan layanan yang populer di sekitarnya yang berpengaruh secara tidak langsung terhadap setiap gaya hidup seseorang yang menggunakan *Paylater* (Hidayat *et al.*, 2023).

Generasi Z yang sebagian besar masih berstatus pelajar, mahasiswa yang belum memiliki pekerjaan atau pekerja *part-time* dengan penghasilan pas-pasan tidak konsisten pemasukannya, seringkali belum memiliki kesadaran penuh akan pentingnya pengelolaan keuangan (Faliha Utama *et al.*, 2024). Tawaran menarik seperti bunga 0%, terdapat pula kewajiban membayar tagihan bagi pengguna Shopee *Paylater* yang harus dipenuhi setiap bulan. Jika tidak dikelola dengan baik, beban hutang ini bisa menjadi *boomerang* yang mengancam stabilitas finansial mereka di masa depan (Faulina & Ramaputra, 2023). Utamanya bagi setiap individu generasi Z yang harus mengelola perilaku keuangan (*financial management behavior*) untuk kebutuhan diri sendiri. Pengelolaan perilaku keuangan dapat

dilakukan dengan cara yaitu menganggarkan, mengelola, mengawasi, merencanakan, dan menyimpan uang yang dimiliki (Irawan *et al.*, 2022).

Perilaku pengelolaan keuangan perlu dikaji lebih mendalam terkait hukum penggunaan Shopee *Paylater* (Faulina & Ramaputra, 2023). Penggunaan metode pembayaran seperti *Paylater* diperlukan pertimbangan *syar'iah* dalam pengambilan keputusan layanan tersebut, utamanya bagi kalangan muslim. Akan lebih baik jika, dipelajari dan dipahami untuk terhindar dari perbuatan buruk dalam syariat agama Islam (Friska Fadhila *et al.*, 2023). Terdapat pertimbangan *syari'ah* yang bertujuan agar memahami hukum halal haram pada hukum suatu produk termasuk fitur *Paylater*, meneliti adanya fitur tersebut mengandung hal yang bertentangan dengan *syar'iyyat* Islam atau tidak (Azzahra, 2024). Pertimbangan *syar'iah* menjadi faktor yang dapat berpengaruh terhadap seseorang, serta pengambilan keputusan keuangan dalam bertransaksi dengan melibatkan religiusitasnya (Atunnisah, 2023).

Pada penelitian ini terdapat beberapa faktor yang ingin diteliti lebih mendalam, terkait aspek yang menjadi faktor dalam mempengaruhi keputusan penggunaan Shopee *Paylater*. Pertama, yaitu religiusitas pada penelitian ini, dimana mempunyai indikasi dalam mempengaruhi keputusan keuangan individu, terutama bagi mahasiswa sebagai pedoman tentang tata cara menjalani kehidupan sesuai ajaran agama untuk mendapat kedamaian, di dunia maupun di akhirat (Hidayat *et al.*, 2023). Dalam ajaran Islam, penggunaan layanan keuangan yang melibatkan utang dengan bunga sering

dihindari karena terdapat larangan terhadap praktik riba (Friska Fadhila *et al.*, 2023). Religiusitas dapat dikatakan menjadi salah satu faktor dalam perilaku manajemen keuangan (*financial management behavior*). Sesuai dengan hasil penelitian oleh Harahap (2020) menjelaskan terdapat hubungan signifikan diantara variabel religiusitas dan perilaku penggunaan Shopee *Paylater* pada mahasiswa. Sedangkan hasil oleh Ima Hikmatul (2021) menyatakan adanya hubungan negatif antara religiusitas dengan perilaku mahasiswa yang menggunakan Shopee *Paylater* (Hafiz, 2023).

Religiusitas adalah komitmen seseorang terhadap ajaran agama yang diyakini, seperti sikap dan tindakan yang mereka ambil. Ketika seseorang memilih untuk menggunakan atau membeli sesuatu, pertimbangan seperti apakah itu halal atau haram, apakah ada unsur riba atau tidak, dan apakah itu *syar'i* atau tidak, hal tersebut sangat penting (D. Bapat, 2020). Sesuai syariat agama Islam, berdasar pada *Al-Qur'an* serta *As-Sunnah*, kaum muslim diminta agar *bermuamalah* sesuai ajaran yang tepat. Dalam praktik jual beli Islam memperbolehkan, namun mengharamkan riba (Anggraeny *et al.*, 2023). Berdasarkan praktik akad qardh sesuai syariat Islam yang tertuang dalam Fatwa DSN-MUI No:116/DSN-MUI/IX/2017, kredit pada layanan *Paylater* di Shopee tidak diperkenankan akibat adanya beberapa hal yang merugikan pengguna (Nufusiah, 2023). Dalam transaksi Shopee *Paylater* ditemui adanya tambahan biaya, selain biaya pokok, yang termasuk riba. Hal ini juga dijelaskan menurut hukum Islam, riba terdiri dari

penambahan pembayaran hutang selain biaya pokok (Damayanti & Canggih, 2021).

Selanjutnya yang kedua, adalah pendapatan sering kali dikaitkan dengan kemampuan seseorang untuk memenuhi kebutuhan finansial dan kewajiban pembayaran, termasuk cicilan utang atau pembelian dengan sistem *Paylater* pada *e-commerce* Shopee (Sitepu & Fadila, 2024). Pendapatan yang lebih tinggi cenderung memberikan rasa aman dan kemampuan yang lebih besar bagi individu dalam mengambil keputusan keuangan, karena mereka merasa lebih mampu untuk membayar kewajiban yang timbul di masa mendatang. Pendapatan yang tinggi, cenderung tidak mempengaruhi keinginan seseorang dalam penggunaan kredit online atau *Paylater* (Iswariyadi *et al.*, 2023).

Pada penelitian Asja *et al.*, (2021) menyatakan bahwa pendapatan berpengaruh positif terhadap ketertarikan masyarakat DKI Jakarta dalam menggunakan layanan Shopee *Paylater*. Sedangkan menurut Hikmawati *et al.*, (2024) pendapatan terbukti memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat dalam menggunakan Shopee *Paylater* di kalangan mahasiswa program studi Manajemen di Universitas PGRI Semarang yang termasuk dalam generasi milenial. Penelitian menunjukkan bahwa pendapatan memang mempengaruhi perilaku pengelolaan keuangan, begitu pun mahasiswa yang sumber pendapatannya tinggi atau rendah yang diterima dari orang tuanya atau dari individu tanpa melakukan pekerjaan atau tidak berkegiatan apapun (Hikmawati *et al.*, 2024).

Selanjutnya yang ketiga, yaitu persepsi risiko merupakan perspektif atau penilaian individu terhadap situasi yang tidak pasti yang dapat mengakibatkan kerugian (Sulistyaningsih *et al.*, 2023). Dengan demikian, persepsi risiko pada setiap orang bisa mempengaruhi keputusan mereka tentang menggunakan atau membeli sesuatu (Agustin *et al.*, 2023). Seseorang dapat menolak untuk menggunakan Shopee *Paylater* jika mereka mempunyai pengetahuan risiko yang baik, tetapi jika seseorang memiliki persepsi risiko yang rendah, mereka memutuskan menggunakan *Paylater* (Irawan *et al.*, 2022). Persepsi risiko pada penggunaan Shopee *Paylater* merujuk pada pandangan individu mengenai potensi risiko finansial, seperti gagal bayar, denda keterlambatan, atau beban utang yang tidak terkendali (Feralda *et al.*, 2023).

Penelitian sebelumnya yang dipaparkan oleh Nufusiah, (2023) Pengambilan keputusan dalam memanfaatkan fitur Shopee *Paylater* oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh persepsi risiko. Sedangkan pada penelitian lain oleh Putri, (2022) persepsi risiko terbukti berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap keputusan generasi Milenial di Kota Semarang dalam menggunakan fitur Shopee *Paylater* untuk melakukan pembelian. Penelitian ini menunjukkan bahwa terjadi ketidakpastian dan konsekuensi yang terkait dengan tindakan pengguna layanan (Damayanti & Canggih, 2021).

Lebih lanjut dijelaskan, yaitu yang keempat adalah *lifestyle* merupakan gaya hidup masyarakat yang terlihat dalam kegiatan, keinginan, dan opini. *Lifestyle* menggambarkan beberapa perilaku, tindakan, dan interaksi seseorang (Kotler & Amstrong, 2008). Selain itu, terdapat kemudahan dan keamanan metode pembayaran Shopee *Paylater* ini pasti menarik perhatian pelanggan utamanya kalangan generasi Z yang cenderung mengikuti gaya hidup modern, sehingga mereka menghabiskan lebih banyak uang untuk mengikuti tren (D. M. Bapat, 2020). Pengguna layanan *e-commerce* yang memiliki kecenderungan untuk mengikuti tren terbaru akan lebih tinggi tingkat melakukan pembelian dengan fitur Shopee *Paylater* (Sitepu & Fadila, 2024).

Diperkuat dengan penelitian sebelumnya oleh Nadea, (2023) bahwa keputusan pembelian dalam penggunaan metode pembayaran Shopee *Paylater* oleh mahasiswa UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dipengaruhi secara signifikan oleh *lifestyle*. Sejalan dengan penelitian Gina Rahmawati (2022) bahwa gaya hidup memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada layanan keuangan Shopee *Paylater* pada generasi Millenial. Akan tetapi, berbeda dengan studi oleh Risnawati (2018) bahwa *lifestyle* tidak memiliki perpengaruh signifikan dengan perilaku konsumtif mahasiswa. Variabel *lifestyle* dianggap mencerminkan cara seseorang menjalani kehidupannya yang ingin diakui eksistensinya oleh lingkungan sekitarnya (Hidayat *et al.*, 2023).

Terdapat ketidakkonsistenan dari penelitian-penelitian sebelumnya, mengenai variabel religiusitas, pendapatan, persepsi risiko, serta gaya hidup (*lifestyle*) terhadap suatu keputusan penggunaan Shopee *Paylater* dan diperkuat oleh variabel moderasi guna menganalisis apakah terdapat pengaruh perilaku pengelolaan keuangan (*financial management behavior*) yang menjadi *research gap* dalam penelitian ini. Kemudian nantinya, keterbatasan dalam penelitian sebelumnya menjadi celah pada studi ini yang diteliti untuk menyempurnakan hasil penelitian sebelumnya.

Penelitian ini memiliki kebaruan (*novelty*) dengan menggabungkan aspek religiusitas, pendapatan, persepsi risiko, dan gaya hidup (*lifestyle*) sebagai faktor-faktor yang menjadi pengaruh dalam keputusan penggunaan Shopee *Paylater*, diteliti dalam konteks remaja atau mahasiswa yang belum bekerja atau belum berpenghasilan tetap dalam kategori gen Z di DI Yogyakarta. Melihat fenomena di sekitar wilayah Yogyakarta, mahasiswa yang banyak terjerat pinjaman online dan *Paylater* karena tidak memenuhi kewajiban pembayaran setiap bulannya. Selain itu, penelitian ini menarik diteliti karena menambahkan *financial management behavior* sebagai variabel moderasi, yang berperan dalam melihat bagaimana pengelolaan keuangan dapat memperlemah atau memperkuat pengaruh dari variabel-variabel untuk diteliti terhadap keputusan penggunaan layanan *Paylater*. Dengan demikian, pada penelitian ini penulis berharap dapat memberi wawasan baru terkait interaksi antar faktor, keputusan keuangan, dan prinsip syariah dalam penggunaan layanan kredit online di kalangan

generasi Z. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti menuangkan penelitian berbentuk karya ilmiah yang berjudul sesuai uraian diatas sebagai berikut: **“ Determinan Keputusan Penggunaan Shopee Paylater dengan Financial Management Behavior sebagai Variabel Moderasi ”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas yang telah dijelaskan oleh penulis, maka dari itu dapat diambil rumusan masalah sebagaimana berikut, yaitu :

1. Apakah variabel religiusitas berpengaruh positif terhadap variabel keputusan penggunaan Shopee *Paylater* pada generasi Z di Yogyakarta?
2. Apakah variabel pendapatan berpengaruh positif terhadap variabel keputusan penggunaan Shopee *Paylater* pada generasi Z di Yogyakarta?
3. Apakah variabel persepsi risiko berpengaruh positif terhadap variabel keputusan penggunaan Shopee *Paylater* pada generasi Z di Yogyakarta?
4. Apakah variabel *lifestyle* berpengaruh positif terhadap variabel keputusan penggunaan Shopee *Paylater* pada generasi Z di Yogyakarta?
5. Apakah variabel *financial management behavior* memoderasi variabel religiusitas terhadap keputusan penggunaan Shopee *Paylater* pada generasi Z di Yogyakarta?
6. Apakah variabel *financial management behavior* memoderasi variabel pendapatan terhadap keputusan penggunaan Shopee *Paylater* pada generasi Z di Yogyakarta?

7. Apakah variabel *financial management behavior* memoderasi variabel persepsi risiko terhadap keputusan penggunaan Shopee *Paylater* pada generasi Z di Yogyakarta?
8. Apakah variabel *financial management behavior* memoderasi variabel *lifestyle* terhadap keputusan penggunaan Shopee *Paylater* pada generasi Z di Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh variabel religiusitas terhadap variabel keputusan penggunaan Shopee *Paylater* pada generasi Z di Yogyakarta.
2. Untuk menganalisis pengaruh variabel pendapatan terhadap variabel keputusan penggunaan Shopee *Paylater* pada generasi Z di Yogyakarta.
3. Untuk menganalisis pengaruh variabel persepsi risiko terhadap variabel keputusan penggunaan Shopee *Paylater* pada generasi Z di Yogyakarta.
4. Untuk menganalisis pengaruh variabel *lifestyle* terhadap variabel keputusan penggunaan Shopee *Paylater* pada generasi Z di Yogyakarta.
5. Untuk menganalisis pengaruh variabel *financial management behavior* dalam memoderasi variabel religiusitas terhadap keputusan penggunaan Shopee *Paylater* pada generasi Z di Yogyakarta.
6. Untuk menganalisis pengaruh variabel *financial management behavior* dalam memoderasi variabel pendapatan terhadap keputusan penggunaan Shopee *Paylater* pada generasi Z di Yogyakarta.

7. Untuk menganalisis pengaruh variabel *financial management behavior* dalam memoderasi persepsi risiko terhadap keputusan penggunaan Shopee *Paylater* pada generasi Z di Yogyakarta.
8. Untuk menganalisis pengaruh variabel *financial management behavior* dalam memoderasi variabel *lifestyle* terhadap keputusan penggunaan Shopee *Paylater* pada generasi Z di Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

Sesuai dengan sistematika pada penelitian ini, penulis berharap penelitian yang ditulis dapat bermanfaat bagi semua pihak secara teoritis maupun secara praktis:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini berkontribusi dalam memperluas wawasan serta menyediakan pengetahuan dan literatur mengenai berbagai aspek yang memengaruhi keputusan dan perilaku masyarakat dalam memilih penggunaan layanan *Paylater*, khususnya Shopee *Paylater* dalam transaksi pemberian *e-commerce*. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi studi-studi selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian yang ditulis menjadi *insight* dalam berpikir untuk mengetahui yang menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi seorang mahasiswa untuk melakukan transaksi dengan layanan pembayaran Shopee

Paylater. Meskipun demikian, penelitian ini bertujuan untuk pemenuhan tugas akhir kuliah (skripsi).

b. Bagi Mahasiswa

Penelitian yang ditulis nantinya dapat menjadi bacaan literasi dan informasi baru pengguna belanja online dengan *Paylater* di aplikasi *e-commerce* Shopee. Adanya studi ini untuk dijadikan bahan pemahaman dan pertimbangan pengambilan keputusan agar lebih selektif dan pintar dalam memilih metode pembayaran seperti Shopee *Paylater* apakah sesuai dengan prinsip *muamalah* dan risiko kredit online.

c. Bagi Akademisi dan Pembaca

Melalui penelitian yang telah penulis tuliskan dapat meningkatkan pengetahuan pembaca. Serta, sebagai acuan dan referensi yang lebih mendalam untuk penelitian selanjutnya apabila berminat untuk mendalami terkait pengaruh dalam keputusan dalam penggunaan metode Shopee *Paylater*.

d. Bagi Perusahaan Shopee

Penelitian ini nantinya agar menjadi wadah informasi dan manfaat bagi perusahaan mengenai pengaruh religiusitas, pendapatan, persepsi risiko, *lifestyle*, *financial management behavior* terhadap keputusan penggunaan pembayaran Shopee *Paylater*.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan yang dapat digambarkan dengan jelas tentang runtutan penelitian ini, sehingga ditulis bab per bab sehingga gambaran

penelitian ini terlihat sistematis. Pada penulisan sistematika ini disusun dalam lima bab yaitu:

BAB I : Pendahuluan menunjukkan bab yang akan digambarkan pengertian singkat tentang latar belakang permasalahan pada penelitian, rumusan masalah yang menjadi dasar penelitian, tujuan penelitian, manfaat dari penelitian, dan sistematika penulisan yang telah dipilih untuk menjelaskan setiap langkah yang diperlukan dalam penyusunan skripsi.

BAB II : Landasan Teori pada bab ini mengkaji terkait teori-teori yang sesuai atau relevan, berkesinambungan dengan topik yang diteliti pada skripsi. Selain itu, memuat kajian pustaka yang terkait dengan penelitian sebelumnya. Terdapat kerangka teori yang digambarkan hubungannya antar variabel yang dipilih dalam penelitian, serta hipotesis sebagai prediksi sementara, sebelum diujikan dalam penelitian.

BAB III : Metode Penelitian menunjukkan runtutan sub bab seperti jenis-jenis penelitian yang digunakan, definisi operasional variabel, tempat penelitian, populasi dan sampel, sumber data penelitian. Terdapat juga, teknik pengumpulan data, serta metode analisis data yang akan digunakan untuk pengamplikasian olah data, serta analisis data pada penelitian.

BAB IV : Hasil dan Pembahasan menjelaskan terkait hasil serta pembahasan, dimana memuat objek penelitian, analisis deskriptif, uji hipotesis, serta penjelasan mendetail dalam analisis olah data pada penelitian berdasarkan rumusan masalah. Selain itu, terdapat interpretasi

data yang berguna memberikan pemahaman dan menjawab dugaan-dugaan atau pertanyaan dalam penelitian. Hasil final dalam penelitian ini yakni adanya perhitungan persentase yang diinterpretasikan secara rinci.

BAB V : Penutup memaparkan mengenai keseluruhan simpulan dan saran dari penelitian. Selain itu, membahas keterbatasan selama penelitian dan terdapat saran-saran untuk penelitian berikutnya.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Sesuai dengan analisis data yang melalui analisis *Structural Equation Modelling* (SEM) atau dengan *Partial Least Square* (PLS) menggunakan bantuan alat analisis yaitu software WarpPLS versi 7.0 dan menunjukkan hasil penelitian pada studi ini serta pembahasan yang telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan Shopee *Paylater* pada generasi Z di Yogyakarta.
2. Pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan Shopee *Paylater* pada generasi Z di Yogyakarta.
3. Persepsi Risiko berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan Shopee *Paylater* pada generasi Z di Yogyakarta.
4. *Lifestyle* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan Shopee *Paylater* pada generasi Z di Yogyakarta.
5. *Financial Management Behavior* tidak memoderasi pengaruh religiusitas, persepsi risiko, dan *lifestyle* terhadap keputusan penggunaan Shopee *Paylater* pada generasi Z di Yogyakarta secara parsial. Tetapi, terbukti *Financial Management Behavior* memoderasi pengaruh pendapatan terhadap keputusan penggunaan Shopee *Paylater* pada generasi Z di Yogyakarta.

B. Saran

1. Pada studi yang akan datang, penulis menyarankan untuk menambah atau mengadopsi variabel yang lebih relevan yang dapat mempengaruhi keputusan penggunaan Shopee *Paylater* (Contoh kemanfaatan, kemudahan, *impulsif buying, parental income*, dsb) selain penelitian yang pernah diteliti. Sehingga, dapat mengetahui perbedaan dari variabel-variabel lain yang mempengaruhi keputusan penggunaan Shopee *Paylater*.
2. Studi selanjutnya, diharapkan agar memilih atau mengadopsi variabel moderasi lain yang lebih relevan dalam konteks penelitian, selain *Financial Management Behavior* yang lebih cocok sebagai variabel moderasi untuk studi lebih lanjut, contohnya variabel *self control*, riba, kepatuhan syariah, serta mengadopsi akad-akad muammalah.



DAFTAR PUSTAKA

- Ademola, S. A., Musa, A. S., & Innocent, I. O. (2019). Moderating Effect of Risk Perception on Financial Knowledge, Literacy and Investment Decision. *American International Journal of Economics and Finance Research*, 1(1), 34–44. <https://doi.org/10.46545/aijefr.v1i1.60>
- Agustin, T., Faizal, M., & Choirunnisak. (2023). Analisis Kepercayaan, Keamanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Berbelanja Online Shop Shopee (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah STEBIS IGM). *Jurbisman*, 1(No. 4), 1029–1040.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I., Albarracin, D., & Hornik, R. (Eds.). (2007). *Prediction and Change of Health Behavior*. Psychology Press. <https://doi.org/10.4324/9780203937082>
- Anggraeny, I., Ayu, I. K., Ahmah, S. R., Nur, A. I., & Wulandari, S. (2023). Non-Performing Loan Settlement by Fintech Lending in Unsecured Credit Sale and Purchase Transactions: To Do or Not to Do. *Indonesia Law Reform Journal*, 3(3), 274–286. <https://doi.org/10.22219/ilrej.v3i3.30160>
- Atunnisah, L. (2023). *Pengaruh Religiusitas Terhadap Penggunaan ShopeePayLater Dengan Pertimbangan Syariah Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung)*.
- Aulianisa, S. S. (2020). Konsep Dan Perbandingan Buy Now, Pay Later Dengan Kredit Perbankan Di Indonesia: Sebuah Keniscayaan Di Era Digital Dan Teknologi. *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, 9(2), 183. <https://doi.org/10.33331/rechtsvinding.v9i2.444>
- Azzahra, N. A. (2024). Analisis Transaksi Jual Beli Online Melalui Aplikasi Shopee Dalam Pandangan Fiqh Muamalah. *Al Wadiyah: Jurnal Ekonomi*

- Syariah*, 1(2), 111–122.
- Bangngu, S. G., Fanggidae, R. E., Kurniawaty, M., Fanggidae, R. P. C., Kupang, N. C., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Manajemen, P. (2023). Pengaruh Penggunaan Paylater dan Cash On Delivery terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce Shopee di Kota Kupang (The Influence of Using Paylater and Cash On Delivery on the Impulse Buying Behavior of Shopee E-Commerce Users in Kupang City) Ri. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran Digital*, 2(2), 85–94. <https://doi.org/10.35912/JBPD.v2i2.2590>
- Bapat, D. (2020). Antecedents to responsible financial management behavior among young adults: moderating role of financial risk tolerance. *International Journal of Bank Marketing*, 38(5), 1177–1194. <https://doi.org/10.1108/IJBM-10-2019-0356>
- Bapat, D. M. (2020). Segmenting young adults based on financial management behavior in India. *International Journal of Bank Marketing*, 38(2), 548–560. <https://doi.org/10.1108/IJBM-01-2019-0016>
- Beik, I. S., Arsyianti, L. D., & Permatasari, N. (2024). Analysis on the determinant of millennials' zakat payment through digital platform in Indonesia: a multinomial logistic approach. *Journal of Islamic Marketing*, 15(2), 541–572. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2021-0313>
- Berakon, I. (2016). *Modul Seri Pelatihan Tutorial Pengujian dan Analisis Structural Equation Modeling Partial Least Square (SEM_PLS) menggunakan warpPLS 7.0*. 1–23.
- Chapra, M. U. (2008). The nature of riba in Islam. *Millah: Journal of Religious Studies*.
- Corzo, T., Hernán, R., & Pedrosa, G. (2024). Behavioral finance in a hundred keywords. *Heliyon*, 10(16). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e35979>
- DailySocial. (2022). *Paylater Berkembang Pesat Selama Pandemi, Seiring Perkembangan E-Commerce dan Transaksi Digital*.

- <https://dailysocial.id/post/paylater-berkembang-pesat-selama-pandemi-seiring-perkembangan-e-commerce-dan-transaksi-digitalrefresh1>
- Damayanti, F. D. W., & Canggih, C. (2021). Pengaruh Penggunaan Pembayaran Shopeepay Later Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Generasi Milenial Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1880-1888. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i3.28>.
- Faliha Utama, N., Surya Santosa, N., Honestia, J., Sharon Yong Sonbai, J., Lesley Koesnadi, V., Jonathan, E., Arthur Marcia, F., & Yulia Ningsih, R. (2024). Pengaruh E-Commerce Terhadap Perilaku Impulsive Buying pada Generasi Z. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital (JMPD)*, 2(3), 218–226. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Faulina, L., & Ramaputra, M. G. (2023). The Effect of Financial Literacy and Risk Perception on Financial Behavior Management in the Use of Peer To Peer (P2P) Lending Shopee. *Dept of Economics and Business Institute*, 36.
- Feralda, M., Hasan Hafidzi, A., & Samsuryaningrum, I. P. (2023). The Influence of Financial Attitude, Self Control, and Hedonism Style on Financial Management Behavior of Student Shopee Paylater Users in Jember District. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal*, 6(2), 1169–1182. <https://doi.org/10.33258/birci.v6i2.7606>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2011). Predicting and changing behavior: The reasoned action approach. *Predicting and Changing Behavior: The Reasoned Action Approach*, June, 1–518. <https://doi.org/10.4324/9780203838020>
- Friska Fadhila, Abd. Malik, & Khairiyani. (2023). Penggunaan Shopee Paylater Dalam Ekonomi Islam. *CEMERLANG : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 3(2), 286–307. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v3i2.1214>
- GoodStats. (2023). *Katadata.co.id*. <https://goodstats.id/article/intip-7-layanan-paylater-yang-paling-sering-digunakan-di-indonesia-2021-nsSJn>
- Goyal, K., Kumar, S., & Xiao, J. J. (2021). Antecedents and consequences of

- Personal Financial Management Behavior: a systematic literature review and future research agenda. *International Journal of Bank Marketing*, 39(7), 1166–1207. <https://doi.org/10.1108/IJBM-12-2020-0612>
- Hafiz, H. (2023). Pengaruh Religiusitas terhadap Shopee Paylater dengan Moderasi Financial Management Behavior, Riba, dan Pertimbangan Syari'ah (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Indonesia). *Universitas Islam Indonesianiversitas Islam Indonesia*, 13(1), 104–116.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Herdjiono, I., & Damanik, L. A. (2016). Pengaruh Financial Attitude , Financial Knowledge , Parental Income Terhadap Financial Management. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 9(3), 226–.
- Hidayat, A., Abdullah, W., Zulfikar, A., & Darussalam, A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Gaya Hidup, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Pola Konsumsi Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi. *Prosiding Nasional 2023*, h. 230.
- Hikmawati, N., Indriasari, I., & Meiriyanti, R. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan, Gaya Hidup Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater Pada Generasi Milenial. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 7464–7477. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- Imam Ghaaly. (2024). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Fitur “Shopee Paylater” pada Aplikasi Shopee oleh Gen Z. *Universitas Islam Indonesianiversitas Islam Indonesia*, 15(1), 37–48.
- Irawan, B., Sani, I., Febrian, W. D., Setiawan, Z., Abdullah, A., Aprizal, Wasil, M., Suseno, D. A. N., Rahayu, N., Soeharjoto, Umar, N., Chasanah, S., Bilgies, A. F., & Harinie, L. T. (2022). *Konsep Dasar E-Business*.
- Iswariyadi, A., Kurniasari, F., Tannady, H., & Kazhim, M. A. (2023). How to

- Improve the Propensity to Indebtedness of Shopee Paylater Gen Z Users?
Arkus, 9(1), 308–312. <https://doi.org/10.37275/arkus.v9i1.295>
- Jogiyanto. (2011). *Malaysian Business Management Journal*. 1(1), 23–25.
<https://doi.org/10.26480/mbmj.02.2022>.
- Juita, V., Pujani, V., Rahim, R., & Rahayu, R. (2024). Dataset on online impulsive buying behavior of buy now pay later users and non-buy now pay later users in Indonesia using the stimulus-organism-response model. *Data in Brief*, 54, 110500. <https://doi.org/10.1016/j.dib.2024.110500>
- Kotler, P. & Keller, L. K. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education. Fifteenth Edition.
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, G., & Piercy, N. (2017). Principles of marketing (Seventh European edition.). United Kingdom (GB): Pearson Education Limited.
- Lemeshow, S., Hosmer Jr, D. W., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1997). Sample Size in Health Study. *World Health Organization*.
- Mariana Laili Kurniasari, Z. Z., & Ratnanto, S. (2024). PENGARUH LIVE STREAMING , FLASHSALE , CASHBACK PROMOTION. *Simposium Manajemen Dan Bisnis III* , [Http://Ojs.Unpkediri.Ac.Id/Index.Php/Manajemen, 3\(\(2962-2050\)\)](Http://Ojs.Unpkediri.Ac.Id/Index.Php/Manajemen, 3((2962-2050))), 440–449.
- Mutmainah, L., Berakon, I., & Yusfiarto, R. (2024). Does financial technology improve intention to pay zakat during national economic recovery? A multi-group analysis. *Journal of Islamic Marketing*, 15(6), 1583–1607.
<https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2022-0268>
- Nufusiah, S. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko, dan Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Fitur Shopee Paylater (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo). *Ekonomi Syariah*.

- OJK. (2021). Otoritas Jasa Keuangan. *Mengenal Lembaga Serta Produk Dan Jasa Keuangan*. <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/Fronted/Cms/Article/10424>
- Pujihastuti, I. (2010). Prinsip penulisan kuesioner penelitian. *CEFARS: Jurnal Agribisnis Dan Pengembangan Wilayah*, 2(1), 43–56.
- Qoyum, A., Berakon, I., & Al-Hashfi, R. U. (2021). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Islam*. Rajawali Pers.
- Rahman, M., Isa, C. R., Masud, M. M., Sarker, M., & Chowdhury, N. T. (2021). The role of financial behaviour, financial literacy, and financial stress in explaining the financial well-being of B40 group in Malaysia. *Future Business Journal*, 7(1), 1–18. <https://doi.org/10.1186/s43093-021-00099-0>
- Rozali, M., & Mudana, S. (2023). Nilai-Nilai Pendidikan Akhlak Dalam Surat Al-Isra'. *Al-Kaffah: Jurnal Kajian Nilai-Nilai Keislaman*, 11(2), 255–286.
- Salsabila, N. (2024). *Pengaruh Pendapatan, Religiusitas Dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopeepay*. 1–23.
- Sitepu, G. A., & Fadila, A. (2024). *Analisis Pemanfaatan Layanan Paylater Di Analysis of Paylater Service Utilization in the*. 3(1), 57–70.
- Solomon, M. (2012). *Consumer behaviour*. Pearson Higher Education AU.
- Suciptaningsih, O. A. (2017). Hedonisme dan Konsumerisme dalam Perspektif Dramaturgi Erving Goffman. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, 2(1), 28.
- Sulistyaningsih, N., Hastuti, T., & Harahap, B. (2023). Diseminasi Penggunaan Shopee Pay Later Berdasarkan Perspektif Hukum Islam. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 9447–9451.
- Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47(2), 363–391.
- Wardiana, T. A. (2022). Dampak riba dalam kebiasaan berbelanja pada kehidupan Muslim Indonesia. *Tijarah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(1).

Wijaya, A. L., Hafizh, D. F. H., & Damanik, F. D. G. (2022). Peran Mediasi Sikap Penggunaan Terhadap Niat Konsumen Menggunakan Aplikasi Paylater Traveloka (E-Commerce). *Researchgate.Net*, *June*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.31204.35206>

