


Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater (Survei pada Generasi Milenial Kabupaten Karanganyar)

Valentina Widya Rahmadhita¹,

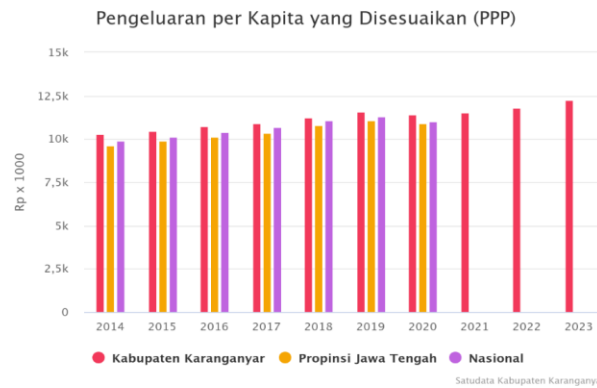
¹ Universitas Slamet Riyadi Surakarta

Korespondensi: widyarahmadita@gmail.com

Informasi Artikel	ABSTRACT
Riwayat artikel: Diterima Jun 12 th , 2025 Direvisi Jul 07 th , 2025 Diterima Jul 11 th , 2025	Shopee <i>Paylater</i> didominasi oleh pengguna generasi milenial. Penelitian ini menilai perilaku konsumtif generasi milenial di Kabupaten Karanganyar terkait penggunaan Shopee <i>PayLater</i> , mengingat tingginya akses teknologi memungkinkan rendahnya pemanfaatan secara bijak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat adanya pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan kemudahan penggunaan terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee <i>Paylater</i> pada generasi milenial Kabupaten Karanganyar. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif. Pengumpulan data menggunakan kuisioner yang disebarakan kepada responden. Teknik pengambilan sample menggunakan teknik <i>purposive sampling</i> didapat sample sebanyak 100 sample. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji t, uji F dan uji koefisien determinasi (R^2). Hasilnya menunjukkan bahwa: 1). Literasi keuangan berpengaruh tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee <i>Paylater</i> 2). Gaya hidup berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee <i>Paylater</i> 3). Kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee <i>Paylater</i> (terdapat pengaruh).
Kata kunci: Generasi Milenial, Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Kemudahan Penggunaan, Shopee Paylater	 © 2025 Para Penulis. Diterbitkan oleh Penerbit Indonesia Imaji (Grup CV Indonesia Imaji). Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC BY (https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

PENDAHULUAN

Di era yang sudah modern ini, kemudahan dan fleksibilitas menjadi kunci utama dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam hal berbelanja. Teknologi informasi dan komunikasi modern sangat memengaruhi aktivitas manusia dan memberikan manfaat. Peningkatan adopsi internet di Indonesia menunjukkan pertumbuhan aktivitas ekonomi digital. Terciptanya fintech didorong oleh perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi, serta perubahan preferensi konsumen terhadap layanan keuangan yang lebih personal dan mudah diakses (Arinta & Amalia, 2024). Salah satu inovasi fintech populer saat ini adalah *paylater*, mekanismenya yaitu pengguna membeli produk terlebih dahulu dan membayar kemudian dengan mencicil hingga tanggal jatuh tempo (Khaerunisa et al., 2024). Survei yang dilakukan oleh databox.katadata shopee *Paylater* menjadi satu satunya aplikasi penyedia layanan *paylater* paling populer pada tahun 2023, dari ke 4 aplikasi penyedia *Paylater* lainnya seperti kredivo, traveloka *paylater*, indodana *paylater*, lain-lain. Shopee mengembangkan produk layanan keuangan Shopee *Paylater* dengan memberikan bermacam kemudahannya. Hasil survei perusahaan riset berbasis digital, Populix, mayoritas pengguna *paylater* berasal dari pulau Jawa 55%, dan didominasi oleh generasi milenial 63%. Menurut Perencana Keuangan OneShildt Financial Planning Budi Raharjo, khawatir layanan *paylater* ini bisa menjebak para milenial untuk lebih banyak lagi berutang dalam memenuhi kebutuhan secara mudah dan cepat (Gumiwang, 2019). Data yang diperoleh melalui website DISKOMINFO Kabupaten Karanganyar (Karanganyar, 2024) menyajikan PPP (Purchasing Power Parity) ditahun 2014-2023 yang mengalami peningkatan setiap tahunnya, kecuali ditahun 2020 sedikit menurun karena wabah corona mengakibatkan menurunnya daya beli masyarakat.



Gambar 1. Data Pengeluaran Perkapita Yang disesuaikan (PPP)

Peningkatan pengeluaran perkapita menunjukkan adanya peningkatan daya beli masyarakat di Kabupaten Karanganyar. Dengan adanya layanan seperti Shopee *PayLater*, konsumen di Karanganyar dapat berbelanja lebih banyak dan lebih mudah tanpa harus khawatir dengan pembayaran langsung. Hal ini mendorong konsumsi barang dan jasa yang lebih besar atau perilaku konsumtif, yang pada gilirannya berkontribusi pada peningkatan pengeluaran perkapita.

Variabel pertama yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah literasi keuangan. Literasi keuangan memainkan peran penting atau krusial dalam sektor keuangan, terutama dalam mencapai keuangan inklusif, dan memiliki dampak yang signifikan terhadap perekonomian suatu negara. Berdasarkan penelitian Chaidir dkk. (2020) dalam jurnal (Ulum & Solekah, 2024) mengungkapkan bahwa terdapat tiga indikator dalam mengukur literasi keuangan yaitu Financial Knowledge, Financial behaviour dan Financial Attitude. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Setiawati & Alam, 2024), (Wulandari & Damayanti, 2022), (Rahmawati & Mirati, 2022) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, namun bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh (Putra & Sinarwati, 2023), (Khaerunisa et al., 2024), (Timung et al., 2023) bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Variabel kedua yang mempengaruhi seseorang melakukan perilaku konsumtif yaitu gaya hidup/lifestyle. Perilaku dan minat seseorang untuk membentuk identitas diri mencerminkan gaya hidup. Menurut Hidayatullah & Zahara (2020) dalam jurnal (Ulum & Solekah, 2024) ada tiga indikator yang mengukur gaya hidup yaitu Aktivitas, minat, dan pendapat. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Rucita, 2023), (Rahmawati & Mirati, 2022) menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan penelitian dari (Timung et al., 2023) dan (Lestari & Haris, 2024) yang menyatakan bahwa gaya hidup tidak berpengaruh atau memiliki hasil negatif terhadap perilaku konsumtif.

Variabel ketiga kemudahan penggunaan juga bisa mempengaruhi perilaku konsumtif. Kemudahan penggunaan adalah salah satu faktor terpenting yang dipertimbangkan pengguna saat membeli produk, bersama dengan fungsionalitasnya, harga, layanan purna jual, dan sebagainya (Kurnia, 2023). Menurut Davis (1989) dalam jurnal (Ulum & Solekah, 2024) terdapat lima indikator kemudahan penggunaan yaitu jelas dan dimengerti, tidak memerlukan banyak usaha mental, mudah digunakan, *Easy to get the system to do what he/she wants to do*, serta fleksibel. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Rucita, 2023), (Putri et al., 2023), (Astuti et al., 2024) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh (Putu et al., 2023) yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Tujuan penelitian ini adalah mengurangi ketimpangan tersebut, memahami pola konsumsi generasi milenial Kabupaten Karanganyar, menganalisis sejauh mana pemahaman generasi

milenial

Kabupaten Karanganyar tentang literasi keuangan, gaya hidup, dan kemudahan penggunaan sistem shopee *paylater* serta penelitian ini mempunyai potensi untuk memberikan kontribusi baik. Manfaatnya diharapkan dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif generasi milenial, generasi millennial Kabupaten Karanganyar dapat merancang intervensi yang lebih efektif untuk meningkatkan kesejahteraan finansial dan mengurangi risiko buruk yang terkait dengan penggunaan layanan *paylater*.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data primer berupa kuesioner yang disebar oleh peneliti kepada responden. Populasi penelitian ini adalah terdiri dari generasi millennial di Kabupaten Karanganyar pengguna layanan/pernah menggunakan Shopee *Paylater* dengan jumlah yang tidak diketahui. Karena populasi yang tidak diketahui jumlahnya maka rumus yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel yaitu rumus Lemeshow (Handoko, 2024).

$$n = \frac{d^2}{0,10^2} = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{0,01} = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01} = \frac{0,9604}{0,01}$$

n = 96,04 dibulatkan menjadi 100 sample

Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan regresi linear berganda. Sampel yang digunakan *Non-Probability Sampling*, dengan teknik pengambilan sample *Purposive Sampling*. Dari data yang telah didapatkan dari alat ukur akan diolah menggunakan SPSS guna untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara literasi keuangan, gaya hidup, dan kemudahan penggunaan terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee *Paylater*. Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan melakukan uji validitas, uji reabilitas, dan uji regresi linear berganda. Selain itu juga, melakukan uji hipotesis menggunakan Uji R², Uji F, dan Uji T.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji kuesioner sbg instrument (alat) dalam penelitian apakah valid/tepat utk mengambil data. Uji validitas menggunakan pearson correlation product moment/pearson correlation. Kriteria kuesioner dikatakan valid bila ρ-value (probabilitas value/signifikansi) < 0,05.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Item	R Hitung	Sig.	Keterangan
X1.1	α=0,05	0,000	VALID
X1.2	α=0,05	0,000	VALID
X1.3	α=0,05	0,000	VALID
X1.4	α=0,05	0,000	VALID

X1.5	$\alpha=0,05$	0,000	VALID
X1.6	$\alpha=0,05$	0,000	VALID
X1.7	$\alpha=0,05$	0,000	VALID
X2.1	$\alpha=0,05$	0,000	VALID
X2.2	$\alpha=0,05$	0,000	VALID
X2.3	$\alpha=0,05$	0,000	VALID
X2.4	$\alpha=0,05$	0,000	VALID
X2.5	$\alpha=0,05$	0,000	VALID
X2.6	$\alpha=0,05$	0,000	VALID
X2.7	$\alpha=0,05$	0,000	VALID
X3.1	$\alpha=0,05$	0,000	VALID
X3.2	$\alpha=0,05$	0,000	VALID
X3.3	$\alpha=0,05$	0,000	VALID
X3.4	$\alpha=0,05$	0,000	VALID
X3.5	$\alpha=0,05$	0,000	VALID
X3.6	$\alpha=0,05$	0,000	VALID
X3.7	$\alpha=0,05$	0,000	VALID
Y4.1	$\alpha=0,05$	0,000	VALID
Y4.2	$\alpha=0,05$	0,000	VALID
Y4.3	$\alpha=0,05$	0,000	VALID
Y4.4	$\alpha=0,05$	0,000	VALID
Y4.5	$\alpha=0,05$	0,000	VALID
Y4.6	$\alpha=0,05$	0,000	VALID
Y4.7	$\alpha=0,05$	0,000	VALID

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 1 bahwa semua indikator pada keseluruhan variabel yang digunakan pada penelitian ini memiliki nilai signifikansi ($p\text{-value}$) = $0,000 < 0,05$ sehingga semua indikator dalam variabel pada penelitian ini dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji kehandalan kuesioner. Kuesioner dikatakan handal/reliable bila jawaban responden adalah konsisten dari waktu ke waktu. Kuesioner reliable bila nilai cronbach Alpha $\geq 0,60$.

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cornbach's Alpha	Keterangan
Literasi Keuangan	0,839	Reliabel
Gaya Hidup	0,871	Reliabel
Kemudahan Penggunaan	0,715	Reliabel
Perilaku Konsumtif	0,769	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan pengujian pada Tabel 2 dapat dilihat bahwa nilai dari Cornbach alpha telah reliabel. Karena nilai yang diperoleh setiap variabel nilai cronbach Alpha $\geq 0,60$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator pertanyaan kuesioner literasi keuangan (X1), gaya hidup (X2), kemudahan penggunaan (X3), dan perilaku konsumtif (Y) reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolenieritas

Uji yang dilakukan guna memastikan apakah di dalam sebuah model regresi terdapat interkorelasi atau kolinearitas antar variabel bebas. Kriteria dari uji multikoleniaritas ini adalah nilai

Tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10.

Tabel 3 Hasil Uji Multikolenieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Literasi Keuangan	0,653	1,532	Tidak terjadi multikolinieritas
Gaya Hidup	0,570	1,755	Tidak terjadi multikolinieritas
Kemudahan Penggunaan	0,765	1,307	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji yang bertujuan untuk menguji apakah dalam satu model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residu terhadap suatu pengamatan ke dalam pengamatan yang lain. Pada penelitian ini menggunakan metode pengujian scartter plot atau grafik sebar. Kriteria dari hasil uji heteroskedastisitas yaitu bila p-value (signifikansi) > 0,05.

Tabel 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Keterangan
Literasi Keuangan	,307	Tidak Terjadi heteroskedastisitas
Gaya Hidup	,014	Terjadi heteroskedastisitas
Kemudahan Penggunaan	,938	Tidak Terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Karena p-value (signifikasi) dari variabel ini X2 (gaya hidup) = 0,014 < 0,05 berarti terjadi Heteroskedastisitas (tidak lolos uji heteroskedastisitas). Kemudian dilakukan uji Spearman's Rho hasilnya sebagai berikut:

Tabel 5 Hasil Uji Spearman's Rho

		Correlations				
		LITERASI KEUANGAN	GAYA HIDUP	KEMUDAHAN PENGGUNAAN	Unstandardiz ed Residual	
Spearman's rho	LITERASI	Correlation	1,000	,589**	,371**	,078
	KEUANGAN	Coefficient				
		Sig. (2- tailed)	.	,000	,000	,442
		N	100	100	100	100
	GAYA	Correlation	,589**	1,000	,409**	,001
	HIDUP	Coefficient				
		Sig. (2- tailed)	,000	.	,000	,994
		N	100	100	100	100
	KEMUDAHAN	Correlation	,371**	,409**	1,000	,028
	PENGGUNAAN	Coefficient				
		Sig. (2- tailed)	,000	,000	.	,782
		N	100	100	100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Tabel 6 Lanjutan

		LITERASI KEUANGA N	GAYA HIDUP	KEMUDAHAN PENGGUNAAN	Unstandardiz ed Residual
Unstandardize d Residual	Correlation Coefficient	,078	,001	,028	1,000
	Sig. (2- tailed)	,442	,994	,782	.
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Hasil menunjukkan p-value (signifikansi) dari variabel X1 (literasi keuangan) = 0,442, X2 (gaya hidup) = 0,994 dan X3 (kemudahan penggunaan) = 0,782 > 0,05, ini berarti tidak terjadi Heteroskedastisitas (lolos uji heteroskedastisitas).

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel pengganggu/residu berdistribusi normal. Residu berdistribusi normal bila p-value (signifikansi) > 0,05. Uji normalitas di penelitian ini menggunakan uji kolmogorov smirnov.

Tabel 7 Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual	Keterangan
<i>Monte Carlo Sig. (2-tailed)</i>	0,139	Normal

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Besarnya p-value (signifikansi) *Monte Carlo Sig. (2-tailed)* = 0,139 > 0,05 artinya bahwa residual berdistribusi normal (lolos uji normalitas).

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Kriteria pengujianya adalah jika p-value < 0,05 maka Ho diterima dan Ha ditolak, yang berarti antar residual terdapat korelasi, tetapi apabila p-value ≥ 0,05 maka Ho ditolak dan ha diterima, artinya residual tidak terdapat korelasi.

Tabel 8 Hasil Uji Autokorelasi

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-,04225
Cases < Test Value	50
Cases ≥ Test Value	50
Total Cases	100
Number of Runs	48
Z	-,603
Asymp. Sig. (2-tailed)	,546

a. Median

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Hasil p-value (signifikansi) Asymp. Sig. (2-tailed) = 0,546 > 0,05 hal ini berarti tidak terjadi autokorelasi (bebas autokorelasi).

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan dengan menggunakan bantuan dari statistik SPSS bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel independen literasi keuangan, gaya hidup, dan kemudahan penggunaan terhadap variabel dependen Perilaku Konsumtif.

Tabel 9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized		Standardized		
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2,051	1,155		1,775	,079
	LITERASI KEUANGAN	,036	,033	,047	1,084	,281
	GAYA HIDUP	-,141	,029	-,227	-4,914	,000
	KEMUDAHAN PENGUNAAN	1,033	,041	1,015	25,509	,000

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b^1x^1 + b^2x^2 + b^3x^3 + e$$

$$Y = 2,051 + 0,036 X1 + -0,141 X2 + 1,033 X3 + e$$

- Hasil nilai konstanta (α) persamaan linier adalah sebesar 2,051 yang berarti jika X1 (literasi keuangan), X2 (Gaya Hidup) dan X3 (kemudahan penggunaan) konstan maka Y (perilaku konsumtif) adalah positif.
- Pada hasil koefisien regresi literasi keuangan adalah sebesar 0,036 yang jika literasi keuangan meningkat maka Y (perilaku konsumtif) akan meningkat, dengan asumsi variabel X2 (Gaya Hidup) dan X3 (kemudahan penggunaan) konstan/tetap.
- Pada hasil koefisien regresi gaya hidup adalah sebesar -0,141 yang memiliki arti jika gaya hidup meningkat (semakin baik) maka Y (perilaku konsumtif) akan menurun, dengan asumsi variabel X1 (literasi keuangan) dan X3 (kemudahan penggunaan) konstan/tetap.
- Pada hasil koefisien regresi kemudahan penggunaan adalah sebesar 1,033 yang berarti memiliki arti jika kemudahan penggunaan meningkat maka Y (perilaku konsumtif) akan meningkat, dengan asumsi variabel X1 (literasi keuangan) dan X2 (Gaya Hidup) konstan/tetap.

Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Dasar dari uji t akan menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individu. Jika nilai dari signifikansi $> 0,05$ sementara $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka akan terdapat pengaruh positif dan signifikansinya secara parsial terhadap perilaku konsumtif H0 ditolak.

Tabel 10 Hasil Uji T

Model	Sig
(Constant)	0,079
Literasi Keuangan	0,281
Gaya Hidup	0,000
Kemudahan Penggunaan	0,000

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

- Uji t variabel X1 (Literasi keuangan) diperoleh nilai ρ -value (signifikansi) = $0,281 > 0,05$ maka H_0 diterima, artinya literasi keuangan berpengaruh tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif. Kesimpulan H_1 yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif penggunaan Shopee *Paylater* terbukti kebenarannya.
- Uji t variabel X2 (Gaya Hidup) diperoleh nilai ρ -value (signifikansi) = $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Kesimpulan H_2 yang menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif penggunaan Shopee *Paylater* terbukti kebenarannya.
- Uji t variabel X3 (Kemudahan Penggunaan) diperoleh nilai ρ -value (signifikansi) = $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Kesimpulan H_3 yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif penggunaan Shopee *Paylater* terbukti kebenarannya.

Uji F

Uji F bisa dikatakan sebagai tahap awal untuk mengidentifikasi apakah model regresi yang telah diperkirakan layak atau tidak. Layak yang berarti model yang diperkirakan pantas dipakai untuk menjelaskan apakah variabel bebas dan terikat berpengaruh secara bersamaan. Kriteria: H_0 diterima bila ρ -value (signifikansi) $> 0,05$ H_0 ditolak bila ρ -value (signifikansi) $< 0,05$.

Tabel 11 Hasil Uji F

Model	F	Sig.
Regression	243,164	0.000

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Hasil perhitungan tabel ANOVA menunjukkan bahwa model regresi ini memiliki nilai F hitung 243,164 dengan nilai signifikansi (p. value) sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya model regresi tepat digunakan untuk memprediksi pengaruh variabel independen X1 (literasi keuangan), X2 (Gaya Hidup) dan X3 (kemudahan penggunaan) terhadap variabel terikat yaitu perilaku konsumtif (Y).

Uji R2 (Koefisiensi Determinasi)

Tabel 12 Hasil Uji R2

Model	R	R Square	Adjusted RSquare	Std. Error of the Estimate
1	,940 ^a	,884	,880	1,015

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Hasil menunjukkan bahwa koefisien determinasi (adjusted R Square) untuk model ini adalah sebesar 0,880. Artinya besarnya sumbangan pengaruh variabel independen X1 (literasi keuangan), X2 (Gaya Hidup) dan X3 (kemudahan penggunaan) terhadap Y (perilaku konsumtif) sebesar 88 %. Sisanya ($100\% - 88\%$) = 12 % dipengaruhi oleh variabel lain diluar model yang tidak dijelaskan oleh penelitian ini.

KESIMPULAN

Menurut hasil penelitian tentang literasi keuangan, gaya hidup, dan kemudahan penggunaan kepada Perilaku Konsumtif pengguna Shopee *Paylater* generasi millennial Kabupaten Karanganyar sehingga bisa ditarik kesimpulan seperti dibawah ini: iterasi keuangan berpengaruh tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee *Paylater*. Gaya hidup berpengaruh signifikan dengan arah hubungan negatif terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee *Paylater*. Kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan dengan arah hubungan positif terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee *Paylater*.

REFERENSI

- Arinta, D. N., & Amalia, N. (2024). Pengaruh Financial Technology , Social Environment , Financial Literacy dan Lifestyle Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta. 2(1), 68–81.
- Astuti, M. D., Manajemen, P. M., Bangsa, U. P., Selatan, C., Bekasi, K., Dasman, S., Manajemen, P. M., Bangsa, U. P., Selatan, C., & Bekasi, K. (2024). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Lifestyle Sebagai Variabel Moderasi. 10(5), 2893–2899.
- Gumiwang, R. (2019). Waspada Jebakan Iming-iming “Pay Later” bagi Milenial. Tirto.Id. <https://tirto.id/waspada-jebakan-iming-iming-pay-later-bagi-milenial-d5kj>
- Handoko, B. L. (2024). Pendekatan Lemeshow untuk Penentuan Sampel pada Populasi yang Tidak Diketahui. Accounting.Binus.Ac.Id. <https://accounting.binus.ac.id/2024/10/23/pendekatan-lemeshow-untuk-penentuan-sampel-pada-populasi-yang-tidak-diketahui/>
- Karanganyar, D. K. (2024). Data Indikator Sosial Kabupaten Karanganyar. Satudata.Karanganyarkab.Go.Id. <https://satudata.karanganyarkab.go.id/statistik/sosial>
- Khaerunisa, R., Fanther, R., & Sukardi, D. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Pada Generasi Z (Studi Kasus Pada Mahasiswa Febi Iain Syekh Nurjati Cirebon)). Jurnal Akuntansi Dan Bisnis, 10(01), 57. <https://doi.org/10.47686/jab.v10i01.678>
- Kurnia, F. (2023). Usability: Pengertian, Kegunaannya dan Ciri-cirinya. Dailysocial.Id. <https://dailysocial.id/post/usability#:~:text=Kemudahan penggunaan adalah salah satu faktor terpenting yang,dengan fungsionalitasnya%2C harga%2C layanan purna jual%2C dan sebagainya.>
- Lestari, S. D., & Haris, H. (2024). Pengaruh Sosial, Gaya Hidup, Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Melalui Shopee Paylater Pada Mahasiswa Febi Uin Raden Mas Said Surakarta. Jurnal Masharif Al- Syariah : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah, 9(1), 389–404.
- Putra, I. G. L. P., & Sinarwati, N. K. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata, 6(2), 717–726. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i2.71877>
- Putri, A. V., Nola Jaya Sasi Kirana, & Peny Cahaya Azwari. (2023). Pengaruh Efektivitas Pengetahuan, Gaya Hidup, Dan Kemudahan Penggunaan Mobile Banking Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Uin Raden Fatah Palembang. ADL ISLAMIC ECONOMIC : Jurnal Kajian Ekonomi Islam, 4(1), 19–32. <https://doi.org/10.56644/adl.v4i1.54>
- Putu, N., Anggraeni, N., & Darma, G. S. (2023). Pengaruh Kemudahan, Risiko, Gaya Hidup, dan Kepercayaan Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater di Indonesia. JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan), 7(2), 625–639. <https://doi.org/10.29408/jpek.v7i2.21450>
- Rahmawati, G., & Mirati, E. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Pada Generasi Millennial. Jurnal Multidisiplin Madani, 2(5), 2415– 2430.
- Rucita, S. R. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UMY. Journal of Environmental Economics and Sustainability, 1(1), 1–16. <https://doi.org/10.47134/jees.v1i1.63>
- Setiawati, D. E., & Alam, I. A. (2024). The Effect of Income and Financial Literacy on the Consumptive Behavior of Shopee Paylater Users in Generation Z in Bandar Lampung City. International Journal Of Education, Social Studies, And Management (IJESSM), 3(3), 84–95. <https://doi.org/10.52121/ijessm.v3i3.198>

- Timung, R., Angi, Y. F., & Ga, L. L. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Penerima Beasiswa Bank Indonesia Di Universitas Nusa Cendana. *Jakra - Jurnal Akuntansi UNWIRA*, 8–19.
- Ulum, I. F., & Solekah, N. A. (2024). The Impact of Lifestyle, Financial Literacy, and Ease of Use of E-Payment on E-Wallet Users' Consumptive Behavior in the Millennial Generation. *MEC-J (Management and Economics Journal)*, 8(1), 67–82. <https://doi.org/10.18860/mec-j.v8i1.26265>
- Wulandari, R. T., & Damayanti, S. M. (2022). the Importance of Digital Financial Literacy To Anticipate Impulsive Buying Behavior in Buy-Now-Pay-Later Mode. *International Journal of Business and Economy (IJBEC)*, 4(3), 170–182.
- <http://myjms.mohe.gov.my/index.php/ijbec> [ite:http://myjms.mohe.gov.my/index.php/ijbec](http://myjms.mohe.gov.my/index.php/ijbec) <http://myjms.mohe.gov.my/index.php/ijbec>