

## **Pengaruh Penggunaan Shopee PayLater dan Diskon Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Manajemen Angkatan 2021 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMI Makassar**

**Nurul Fauziah <sup>\*1</sup>, Suriyanti <sup>2</sup>, Jafar Basalamah <sup>3</sup>**

*<sup>1,2,3</sup> Universitas Muslim Indonesia*

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan Shopee PayLater dan diskon terhadap perilaku keuangan mahasiswa Manajemen angkatan 2021 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMI Makassar. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode regresi linear berganda. Sampel penelitian berjumlah 174 mahasiswa yang dipilih dengan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan SPSS 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Shopee PayLater dan diskon secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Temuan ini mendukung teori Theory of Planned Behavior dan Financial Management Behavior, yang menjelaskan bahwa intensi dan sikap keuangan individu dapat mempengaruhi pengambilan keputusan dalam pengelolaan keuangan. Penelitian ini memberikan implikasi penting bagi mahasiswa untuk meningkatkan kesadaran dalam pengelolaan keuangan pribadi serta memberikan masukan bagi pengembang platform e-commerce untuk mempertimbangkan aspek edukatif dalam fitur-fitur keuangan mereka.

**Kata Kunci:** Shopee PayLater, Diskon, Perilaku Keuangan, Mahasiswa, E-Commerce

### **Abstract**

This study aims to analyze the influence of Shopee PayLater usage and discounts on the financial behavior of Management students of the 2021 cohort at the Faculty of Economics and Business, UMI Makassar. A quantitative approach was employed using multiple linear regression. The research sample comprised 174 students selected through purposive sampling. Data were collected via questionnaires and analyzed using SPSS 25. The results show that both Shopee PayLater usage and discounts have a positive and significant impact on students' financial behavior, both partially and simultaneously. These findings support the Theory of Planned Behavior and Financial Management Behavior, which suggest that individual intentions and financial attitudes influence decision-making in managing personal finances. The study provides important implications for students to improve financial awareness and offers insights for e-commerce platforms to consider educational elements in their financial features.

**Keywords:** Shopee PayLater, Discounts, Financial Behavior, Students, E-Commerce

✉ Corresponding author :

Email Address : [nurulfauziahbpn@gmail.com](mailto:nurulfauziahbpn@gmail.com)

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk perilaku keuangan masyarakat, terutama dikalangan Mahasiswa (Rahima & Cahyadi, 2022). Hal ini bisa dilihat dari munculnya berbagai platform digital, termasuk *marketplace* dan layanan keuangan digital (*financial technology/fintech*), mempermudah akses mahasiswa dalam melakukan transaksi keuangan secara daring dan ini sangat marak berkembang di Indonesia (Islami dkk., 2023). Di Indonesia terdapat beberapa *marketplace* yang disebut dengan *E-Commerce*. *E-Commerce* berarti transaksi bisnis melalui internet, di mana siapa pun dapat mengakses dan membayar produk yang dibeli yang membuat masyarakat mulai beralih melakukan transaksi berbelanja secara *online* (Panjaitan, 2023).

Berdasarkan fakta yang didapatkan oleh Firdhy Esterina bahwa pengguna *E-Commerce* di Indonesia terus meningkat dari 70,8 juta pada tahun 2017 hingga diprediksi mencapai 189,6 juta pada tahun 2024. Pertumbuhan pengguna yang pesat ini menjadi indikator tingginya minat masyarakat terhadap transaksi digital, termasuk di kalangan mahasiswa. (Christy, 2020). turut berkembang pula layanan finansial digital seperti fitur pembayaran tunda (*PayLater*). *Shopee*, sebagai salah satu *platform E-Commerce* terbesar di Asia Tenggara, menyediakan layanan *Shopee PayLater* yang menawarkan kemudahan bagi pengguna untuk melakukan pembelian tanpa harus membayar langsung. Dengan sistem "beli sekarang, bayar nanti," pengguna dapat membeli produk tanpa membayar di muka, sehingga membantu mereka dalam mengelola keuangan. Fitur ini relevan bagi mahasiswa dan pekerja lepas yang sering memiliki keterbatasan dana, namun tetap ingin memenuhi kebutuhan sehari-hari atau membeli barang yang diinginkan. Layanan ini semakin menarik karena disertai dengan promo diskon, *cashback*, dan tenor cicilan yang fleksibel (1, 3, 6, hingga 12 bulan) (Ria Utami, 2023).

Keunggulan *Shopee* dibandingkan *platform* lain dengan fitur serupa terletak pada ekosistem yang terintegrasi dengan layanan seperti *ShopeePay*, gratis ongkir, dan promo *flash sale* rutin, diskon, *cashback*, dan *voucher* yang ditawarkan selama *event* besar seperti 11.11 dan 12.12 semakin meningkatkan daya tariknya. Beragam produk dari penjual lokal maupun internasional memungkinkan pengguna memenuhi berbagai kebutuhan dalam satu aplikasi. Fitur-fitur tambahan seperti antarmuka yang mudah digunakan, chat langsung dengan penjual, dan *live shopping* memperkaya pengalaman belanja. Kepercayaan konsumen terhadap *Shopee* juga didukung dengan adanya garansi, sistem pengembalian barang, serta keamanan transaksi, menjadikannya unggul dibandingkan *platform* lain (Sitorus, 2022).

Mahasiswa tertarik menggunakan *Shopee* dikarenakan banyaknya promo diskon yang diberikan. Diskon yang ditawarkan merupakan salah satu strategi pemasaran yang paling efektif dalam menarik perhatian Mahasiswa. Di *platform E-Commerce* seperti

*Shopee*, diskon sering kali ditawarkan dalam bentuk *flash sale*, *voucher*, atau *cashback* (Marpaung, 2023). Mahasiswa cenderung lebih responsif terhadap tawaran diskon, yang dapat memicu peningkatan frekuensi dan volume pembelian. Diskon tidak hanya mempengaruhi keputusan belanja, tetapi juga dapat menciptakan rasa urgensi yang mendorong Mahasiswa untuk membeli barang yang mungkin tidak mereka butuhkan (Amalia, 2023).

Fitur-fitur tersebut memberikan keleluasaan dalam melakukan pengeluaran, namun juga berpotensi mempengaruhi perilaku keuangan mahasiswa. Mahasiswa, sebagai kelompok yang secara umum masih bergantung pada pendapatan terbatas, berpotensi mengalami ketidakseimbangan antara pengeluaran dan pemasukan apabila tidak bijak dalam menggunakan layanan ini (Yaziid et.al, 2024).

Mahasiswa, sebagai kelompok yang sering kali memiliki keterbatasan finansial, cenderung mencari cara untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka tanpa harus mengeluarkan uang secara langsung. Dengan adanya *Shopee PayLater* dan diskon yang menarik, mereka dapat membeli barang tanpa harus membayar secara langsung atau tunai dan terdorong untuk berbelanja lebih banyak meskipun hal ini dapat berdampak pada kesehatan keuangan mereka. (Khinanti, 2020).

Hal tersebut merupakan dampak perilaku keuangan yang menyebabkan mahasiswa kesulitan dalam mengelola keuangan mereka. Ketidaktepatan dalam mengatur finansial, terutama saat menggunakan *Shopee Paylater*, berisiko membuat seseorang terjebak dalam utang yang berdampak pada reputasi mereka dalam *BI Checking*. Oleh karena itu, di era digital yang semakin maju, penting untuk memiliki pemahaman yang baik tentang manajemen keuangan dan menghindari kebiasaan belanja impulsif (Angelista dkk., 2024).

Perilaku keuangan mahasiswa berkaitan erat dengan sikap mereka terhadap uang, yaitu bagaimana mereka mengelola dan menggunakan sumber daya finansial yang dimiliki. Sikap seseorang berpengaruh terhadap niatnya dalam bertindak, dan niat tersebut kemudian menentukan perilaku yang dilakukan. Artinya, sikap memiliki efek tidak langsung terhadap tindakan seseorang, karena dapat membentuk dorongan untuk mengambil keputusan tertentu. Oleh karena itu, sikap finansial yang positif akan berkontribusi terhadap peningkatan perilaku keuangan yang lebih baik (Angelista dkk., 2024).

Banyak mahasiswa menggunakan *Shopee PayLater* tanpa memahami konsekuensi jangka panjang, seperti akumulasi utang, keterlambatan pembayaran, dan ketidakseimbangan antara pemasukan dan pengeluaran (Angelista dkk., 2024). Diskon yang diberikan juga kerap memicu pembelian impulsif, yang akhirnya menyebabkan pemborosan. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan *Shopee PayLater* dan diskon terhadap kesehatan keuangan mahasiswa (Hidayat dkk., 2024).

Penggunaan *Shopee PayLater* juga dipengaruhi oleh faktor sosial dan ekonomi, pada ranah sosial itu sendiri, di mana Mahasiswa merasa terdorong untuk mengikuti *trend* dan gaya hidup yang berkembang di lingkungannya termasuk yang ada pada teman-teman mereka. Hal ini menciptakan siklus konsumsi yang tidak sehat, di mana

Mahasiswa terjebak dalam utang - piutang tanpa menyadari konsekuensi jangka panjangnya. Sedangkan dari sisi faktor ekonomi, Mahasiswa dapat terjatuh hutang karena tidak memiliki kemampuan untuk membayar kembali dan mendorong pembelian impulsif yang tidak direncanakan serta dapat mempengaruhi perilaku secara negatif dimana memiliki kecenderungan untuk berbelanja tanpa pertimbangan. Penelitian menunjukkan bahwa meskipun fitur ini memberikan kemudahan, kurangnya kesadaran finansial di kalangan Mahasiswa dapat menyebabkan masalah keuangan di masa depan.

Kurangnya kesadaran finansial di kalangan mahasiswa dapat memperburuk situasi ini. Banyak Mahasiswa yang tidak sepenuhnya memahami implikasi dari utang yang mereka peroleh dari sistem tersebut, sehingga mereka bisa saja terjebak dalam rotasi konsumsi yang tidak sehat. Hal ini dapat berpotensi menimbulkan problematika keuangan di masa yang akan datang, seperti kesulitan dalam membayar kembali pinjaman atau bahkan terjatuh dalam utang yang lebih besar.

Menilik dari literatur sebelumnya yang mempunyai relevansi dengan penelitian ini, menunjukkan bahwa penggunaan *Shopee PayLater* mempunyai dampak signifikan terhadap perilaku konsumen Mahasiswa di UIN Raden Intan Lampung (Aftika dkk., 2022), menjelaskan bahwa tidak terdapat hubungan antara pengaruh penggunaan fitur *Shopee PayLater* terhadap perilaku keuangan Mahasiswa Universitas Mataram (Rahima & Cahyadi, 2022), mengutarakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa dan *financial technology* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa (Siskawati & Ningtyas, 2022), mengungkapkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan. Gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku keuangan. Sikap keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku keuangan. Literasi keuangan, gaya hidup dan sikap keuangan secara simultan berpengaruh positif terhadap perilaku keuangan (Angelista dkk., 2024), mengutarakan bahwa hasil dalam penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh signifikan secara parsial antara variabel diskon. Sedangkan variabel gaya hidup islami tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembayaran menggunakan *shopeepay later* pada mahasiswa Politeknik Negeri Medan. Secara simultan variabel diskon dan gaya hidup islami berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembayaran menggunakan *shopeepaylater* pada mahasiswa Politeknik Negeri Medan (Azzahra, 2023).

Oleh karena itu, calon peneliti merasa penting untuk melakukan analisis yang lebih mendalam mengenai "Pengaruh Penggunaan *Shopee Paylater* Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa di FEB UMI Makassar". Tujuan penelitian ini ialah untuk mengeksplorasi bagaimana fitur *Shopee PayLater* dan diskon mempengaruhi perilaku keuangan Mahasiswa, serta untuk memberikan wawasan yang berguna bagi pengelolaan keuangan pribadi mereka. Dengan memahami hubungan ini, diharapkan dapat ditemukan strategi yang lebih baik untuk mengedukasi Mahasiswa mengenai penggunaan layanan pinjaman *online* secara bijak dan bertanggungjawab.

## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Sampel yang digunakan sebanyak 174 mahasiswa Manajemen angkatan 2021 di FEB UMI Makassar, dengan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarikan secara daring dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 25.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah penggunaan Shopee PayLater (X1) dan diskon (X2), sementara variabel dependen adalah perilaku keuangan (Y). Validitas dan reliabilitas instrumen diuji sebelum analisis data dilakukan. Uji t dan uji F digunakan untuk menguji pengaruh parsial dan simultan, serta koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) digunakan untuk mengukur seberapa besar variabel independen menjelaskan variabel dependen.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Uji T Parsial

Uji T Parsial bertujuan untuk mengetahui pengaruh parsial dari variabel bebas terhadap variabel terikat dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel pada tingkat signifikansi 0,05 atau 5%. Dimana t tabelnya sebesar 1.654.

**Table 1. Hasil Uji T Parsial**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.923	.597		1.546	.124
	Shopee PayLater	.804	.077	.483	10.504	.000
	Diskon	.774	.072	.498	10.816	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Keuangan

Tabel 17 hasil uji T parsial diperoleh bahwa:

- a) Pengaruh *Shopee Paylater* Terhadap Perilaku Keuangan  
Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai t hitung 10.504 > 1.654, sehingga dapat disimpulkan bahwa H<sub>1</sub> diterima yang berarti terdapat pengaruh X1 terhadap Y.
- b) Pengaruh Diskon Terhadap Perilaku Keuangan  
Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai t hitung 10.816 > 1.654, sehingga dapat disimpulkan bahwa H<sub>1</sub> diterima yang berarti terdapat pengaruh X2 terhadap Y.

### Uji Simultan (F)

Uji simultan atau Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independent secara bersama - sama (simultan) dapat mempengaruhi variabel dependen dan sekalian juga untuk menguji hipotesis ketiga. Dimana F<sub>tabel</sub> : 2;n-k = 2;172 = 3,05.

**Table 2. Hasil Uji Simultan (F)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2934.558	2	1467.279	460.546	.000 <sup>b</sup>
	Residual	544.799	171	3.186		
	Total	3479.356	173			

a. Dependent Variable: Perilaku Keuangan
b. Predictors: (Constant), Diskon, Shopee PayLater

Tabel 18 menunjukkan bahwa nilai Sig. untuk pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y adalah  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $F_{hitung} 460,546 > 3,05$ . Jadi dapat disimpulkan bahwa H3 diterima berarti *Shopee Paylater* (X1) dan diskon (X2) secara simultan berpengaruh terhadap Y.

**Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi atau sum bangan yang diberikan oleh satu atau variabel X terhadap variabel Y. Dalam penelitian ini, untuk menentukan koefisien determinasi digunakan software SPSS 25 dengan merujuk pada output tabel dibawah ini antara lain sebagai berikut.

**Table 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.918 <sup>a</sup>	.843	.842	1.78492
a. Predictors: (Constant), Diskon, Shopee PayLater				
b. Dependent Variable: Perilaku Keuangan				

Tabel 19 terlihat bahwa nilai R Square adalah 0,843. Ini berarti bahwa penggunaan *Shopee PayLater* dan diskon memberikan pengaruh sebesar 84,3% terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Sementara itu, sisanya yaitu 15,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Analisa temuan penelitian yang berkaitan dengan variabel - variabel berdasarkan pengumpulan responden dan data penelitian yang telah diolah dengan SPSS versi 25.

**1. Pengaruh Penggunaan *Shopee PayLater* Terhadap Perilaku Keuangan.**

Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel *Shopee PayLater* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Hal ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi 0,804, nilai T hitung sebesar 10.504 lebih besar dari nilai T tabel sebesar 1.654 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, yang berarti H1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang memanfaatkan fitur PayLater dengan bijak dapat meningkatkan perencanaan dan pengelolaan keuangannya.

Temuan ini menunjukkan bahwa *Shopee PayLater* tidak hanya menjadi alat untuk memenuhi kebutuhan konsumsi mahasiswa, tetapi juga menjadi salah satu faktor yang memengaruhi bagaimana mereka mengelola keuangan pribadi. Dalam konteks ini, mahasiswa yang mampu mengatur penggunaan fitur ini dengan bijak menunjukkan kemampuan dalam merencanakan pengeluaran, mengatur prioritas kebutuhan, serta mengendalikan cash flow pribadi. Namun, bila tidak disertai dengan kontrol diri dan literasi keuangan yang memadai, fitur ini juga berpotensi memperburuk perilaku keuangan karena bisa mendorong konsumsi impulsif.

*Technology Acceptance Model* (TAM), yang menyatakan bahwa penerimaan seseorang terhadap teknologi dipengaruhi oleh persepsi terhadap kegunaan

(*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). *Shopee PayLater* sebagai bagian dari inovasi teknologi finansial (*fintech*), memberikan kemudahan transaksi tanpa perlu dana tunai secara langsung, serta fleksibilitas dalam sistem pembayaran yang menarik minat mahasiswa untuk menggunakannya.

Namun, perlu ditekankan bahwa fitur ini juga menyimpan risiko. Berdasarkan pendapat (Angelista dkk., 2024), penggunaan *Shopee PayLater* tanpa literasi keuangan yang memadai berpotensi menyebabkan perilaku konsumtif, penundaan pembayaran, dan akumulasi utang yang berdampak negatif terhadap kondisi keuangan mahasiswa di masa depan. Oleh karena itu, fitur ini menjadi faktor ganda, yakni bisa membantu atau malah menjerumuskan mahasiswa, tergantung pada tingkat kontrol dan kesadaran finansial masing-masing individu.

## 2. Pengaruh Diskon Terhadap Perilaku Keuangan

Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel diskon berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Hal ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi 0,774, nilai T hitung sebesar 10.816 lebih besar dari nilai T tabel sebesar 1.654 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, yang berarti H2 diterima.

Diskon sebagai strategi pemasaran terbukti sangat efektif dalam memengaruhi keputusan belanja mahasiswa. Menurut (Martini et.al, 2023), diskon adalah **penurunan harga dari harga normal dalam jangka waktu tertentu untuk menarik perhatian dan minat beli konsumen**, terutama di kalangan mahasiswa. Mahasiswa cenderung lebih sensitif terhadap harga, sehingga mereka akan lebih tertarik untuk membeli suatu barang ketika sedang mendapatkan potongan harga. Dalam konteks perilaku keuangan, pemanfaatan diskon dapat menjadi hal yang positif bila diskon tersebut digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan bukan keinginan semata.

Namun, diskon juga dapat menimbulkan efek psikologis berupa pembelian impulsif atau "*fear of missing out*" (FOMO), terutama ketika diskon diberikan dalam waktu terbatas seperti saat promo tanggal kembar (11.11, 12.12). Seperti diungkapkan oleh (Amalia, 2023), diskon dapat mendorong mahasiswa melakukan pembelian yang tidak direncanakan, yang pada akhirnya justru merugikan secara finansial.

## 3. Pengaruh Penggunaan Shopee PayLater dan Diskon Terhadap Perilaku Keuangan

Hasil uji simultan (uji F) memperlihatkan bahwa variabel shopee paylater dan diskon secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0.000, yang lebih kecil dari 0.05 dan nilai  $F_{hitung}$  460,546 lebih besar dari  $F_{tabel}$  sebesar 3,05, sehingga H3 diterima.

Hasil ini menguatkan argumen bahwa kemajuan teknologi digital dan penetrasi *E-Commerce* di kalangan mahasiswa bukan hanya berpengaruh terhadap cara mereka

berbelanja, tetapi juga pada bagaimana mereka mengatur dan mengelola keuangan pribadi. Perpaduan antara kemudahan transaksi melalui fitur *PayLater* dan insentif ekonomis berupa diskon menciptakan dinamika baru dalam perilaku keuangan generasi muda, yang dapat bersifat positif maupun negatif tergantung pada tingkat kesadaran dan pengelolaan keuangan masing-masing individu.

Dari sudut pandang *Theory of Planned Behavior (TPB)* oleh Ajzen dan Fishbein, perilaku individu ditentukan oleh niat, sikap, norma subjektif, dan persepsi terhadap kontrol perilaku. Dalam hal ini, niat mahasiswa untuk menggunakan fitur-fitur Shopee seperti *PayLater* dan diskon dipengaruhi oleh persepsi sosial (misalnya, teman juga memanfaatkan promo serupa) dan keyakinan bahwa mereka bisa mengelola keuangan dengan baik.

Dukungan juga datang dari **teori perilaku keuangan pribadi** menurut (Ridwan dkk., 2022), yang menyatakan bahwa manajemen keuangan pribadi adalah proses dalam merencanakan dan mengendalikan keuangan individu untuk memenuhi kebutuhan hidupnya secara terstruktur. *Shopee* dan diskon, jika dimanfaatkan dengan bijak, dapat menjadi bagian dari strategi pengelolaan *PayLater* keuangan mahasiswa untuk mengoptimalkan arus kas dan pengeluaran rutin.

Hasil ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang terbiasa menggunakan *Shopee PayLater* memiliki kecenderungan lebih tinggi untuk melakukan pengeluaran yang tidak direncanakan. Fasilitas kemudahan akses dan penundaan pembayaran memberikan persepsi ketersediaan dana yang semu, sehingga mendorong perilaku konsumtif. Dalam konteks ini, fitur *paylater* bukan hanya alat transaksi, melainkan juga memengaruhi psikologi keuangan pengguna.

Sementara itu, diskon sebagai strategi pemasaran terbukti efektif dalam memengaruhi keputusan pembelian mahasiswa. Adanya potongan harga meningkatkan persepsi nilai dan urgensi pembelian. Diskon juga memicu efek "fear of missing out" (FOMO), yang mendorong pembelian impulsif bahkan ketika barang yang dibeli tidak termasuk dalam kebutuhan prioritas.

Temuan ini sejalan dengan teori perilaku konsumen dan konsep behavioral economics, bahwa keputusan keuangan sering kali dipengaruhi oleh persepsi dan stimulus eksternal, bukan sekadar logika rasional.

## SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, hasil olah data, analisis data, serta pembahasan penelitian pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan dari apa yang telah dirumuskan dalam rumusan masalah bahwa: Penggunaan *Shopee PayLater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Hasil analisis menunjukkan bahwa semakin tinggi penggunaan *Shopee PayLater*, maka semakin meningkat pula kecenderungan mahasiswa dalam mengelola perilaku keuangannya. *Shopee PayLater* memberikan fleksibilitas dalam bertransaksi, namun harus disertai dengan kontrol diri yang baik agar tidak menimbulkan beban keuangan di masa mendatang. Diskon memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Mahasiswa cenderung memanfaatkan diskon sebagai strategi dalam menghemat pengeluaran. Namun, diskon juga bisa menjadi pemicu pembelian impulsif jika tidak disertai dengan pertimbangan kebutuhan dan

perencanaan keuangan. Secara simultan, penggunaan *Shopee PayLater* dan diskon berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Artinya, *Shopee PayLater* dan diskon memainkan peran penting dalam membentuk pola konsumsi dan pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa di era digital.

### Referensi :

- Aftika, S., Rahima, A., & Cahyadi, S. (2022). Pengaruh Penggunaan Fitur Shopee PayLater terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Digital*, 4(2), 113-120.
- Amalia, A. (2023). Pengaruh Diskon Tanggal Kembar dan Gratis Ongkir terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Manajemen Keuangan*, 7(1), 44-53.
- Angelista, R., dkk. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Sikap Keuangan terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Pengguna Shopee PayLater. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(2), 88-97.
- Febrianti, L., & Prima, A. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Technology dan Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa di Kota Batam. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 25-35.
- Martini, D. (2023). Pengaruh Diskon Harga dan Kualitas Produk terhadap Pembelian Impulsif di Marketplace Shopee. *Jurnal Pemasaran*, 5(3), 75-84.
- Nafiisah, A. (2023). Pengaruh Penggunaan Shopee PayLater dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Mahasiswa*, 6(1), 22-31.
- Nurma, H. (2019). Strategi Pembayaran Digital dalam E-Commerce. *Jurnal Teknologi Informasi dan Bisnis*, 3(2), 50-59.
- Rahima, A., & Cahyadi, S. (2022). E-Commerce dan Perubahan Perilaku Konsumen Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Digital*, 2(1), 10-18.
- Ridwan, F., dkk. (2022). Financial Management Theory: Personal Finance Perspective. *Jurnal Keuangan dan Perilaku*, 1(1), 15-22.
- Shopee (n.d.). Panduan Penggunaan Shopee PayLater. Diakses dari <https://help.shopee.co.id>
- Siskawati, N., & Ningtyas, D. (2022). Literasi Keuangan dan Perilaku Konsumen Digital. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(3), 101-109.
- Sitorus, M. (2022). Strategi Promosi Shopee dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi*, 4(2), 33-40.
- Yaziid, M., dkk. (2024). Pengaruh Diskon dan Gratis Ongkir terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa FKIP Universitas Riau. *Jurnal Ekonomi Pendidikan*, 8(1), 59-66.