

**PENGARUH FITUR *SHOPEE PAYLATER*
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA GEN Z
DI UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Silviananda Latifah Helen

21.96.2690

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S-1 ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2025**

**PENGARUH FITUR *SHOPEE PAYLATER*
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA GEN Z
DI UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai gelar Sarjana pada Program Studi
Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:

Silviananda Latifah Helen
21.96.2690

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1- ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

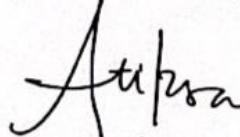
**PENGARUH FITUR *SHOPEE PAYLATER*
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA GEN Z
DI UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Silviananda Latifah Helen
21.96.2690

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada 18 Juni 2025

Dosen Pembimbing,



Stara Asrita, S.I.Kom., M.A
NIK. 190302364

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH FITUR *SHOPEE PAYLATER*
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA GEN Z
DI UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

pada 18 Juni 2025

NamaPenguji

Erfina Nurussa'adah, S.Kom.I., M.I.K om
NIK.190302361

Novita Ika Purnamasari, S.I.Kom.,M.A
NIK.190302521

Stara Asrita, S.I.Kom., M.A
NIK.190302364

TandaTangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
18 Juni 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom., Ph.D.
NIK. 190302125

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 04 Maret 2025



Silviananda Latifah Helen
NIM. 21.96.2690

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Alhamdulillah, puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana S-1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas Amikom Yogyakarta.

Tugas akhir ini diberi judul **“Pengaruh Fitur *Shopee PayLater* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Gen Z di Universitas Amikom Yogyakarta”**, ini merupakan hasil dari proses penelitian yang dilaksanakan dengan penuh dedikasi dan semangat. Semoga penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat dalam memahami pengaruh teknologi pembayaran digital terhadap pola konsumsi generasi muda, khususnya mahasiswa.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini. Ucapan tersebut ditujukan kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. Selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta yang memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan di universitas ini.
2. Emha Tufiq Luthfi, S.T., M.Kom., Ph.D. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta, yang dengan kebijaksanaan dan kepemimpinannya telah menciptakan lingkungan akademik yang kondusif bagi mahasiswa.
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng. Selaku Kaprodi Universitas Amikom Yogyakarta, dengan arahan dalam pengembangan ilmu komunikasi serta dukungannya terhadap seluruh mahasiswa dalam menyelesaikan studi.
4. Stara Asrita, S.I.Kom., M.A. Selaku dosen pembimbing skripsi dan dosen wali yang dengan sabar membimbing, memberikan arahan, serta masukan berharga dalam proses penyusunan tugas akhir ini.

5. Bapak Sumarjo dan Mamah Kurni Astuti. Selaku orang tua yang senantiasa menjadi sumber inspirasi, doa, dan dukungan tanpa batas dalam setiap langkah kehidupan.
6. Alvino Anugrah Pratama. Selaku adik yang selalu memberikan keceriaan, semangat, dan jadi pengingat bagi penulis agar tetap maju dan menjadikan contoh yang baik.
7. Rizki Putra Ariyanto. Selaku pacar yang selalu penuh kesabaran, perhatian, dan dukungan emosional di setiap proses perjuangan akademik ini. Terima kasih telah menjadi tempat bercerita, penyemangat di saat kesusahan, dan motivasi untuk terus melangkah maju.
8. Dan seluruh teman-teman terdekat penulis yang tidak bisa penulis jabarkan satu-satu. Tetapi selalu memberikan dukungan moral, kebersamaan, dan semangat yang berharga selama proses penulisan tugas akhir ini.

Yogyakarta, 04 Maret 2025



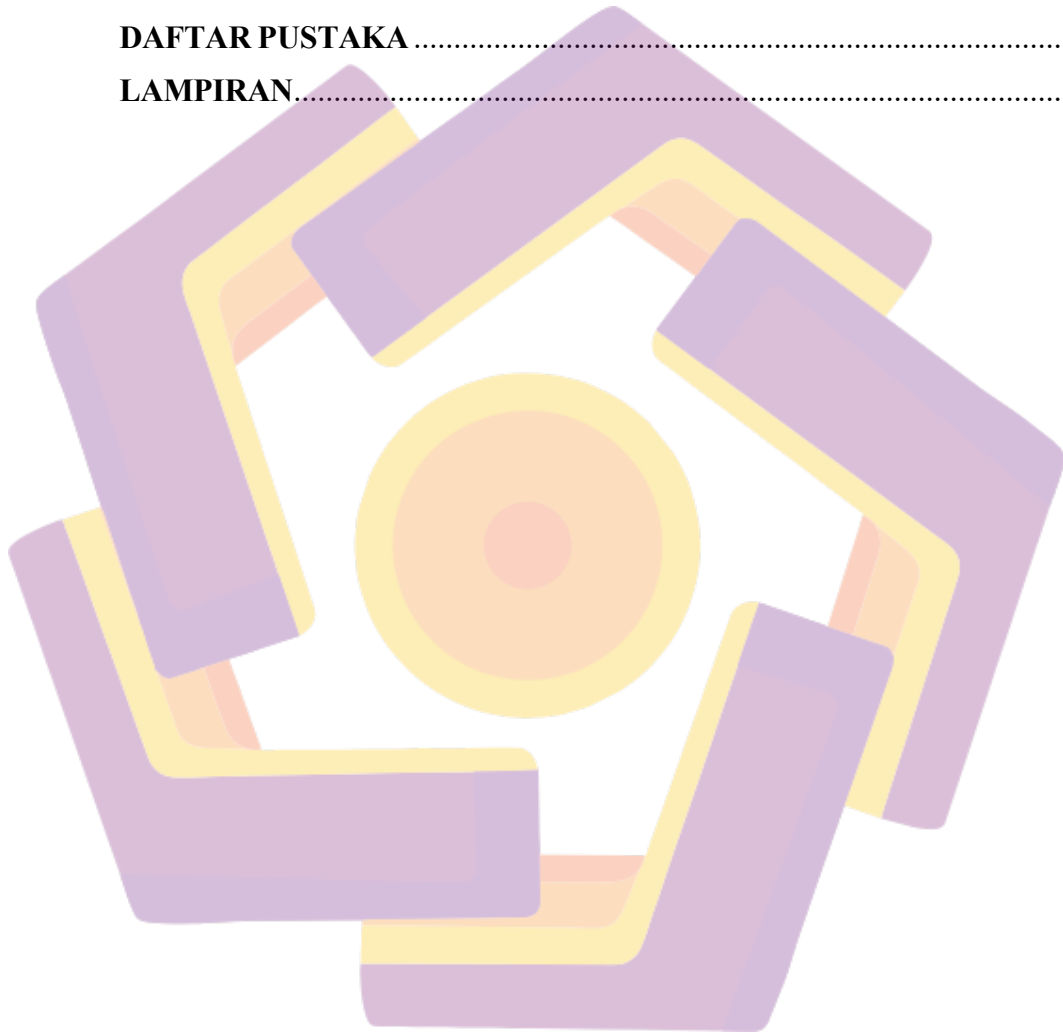
Silviananda Latifah Helen

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.5. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Penelitian Sebelumnya	11
2.2. Landasan Teori.....	19
2.2.1 Fitur <i>Shopee PayLater</i>	21
2.2.2 Indikator Penggunaan Fitur <i>Shopee PayLater</i>	22
2.2.3 Perilaku Konsumtif.....	24
2.2.4 Indikator Perilaku Konsumtif.....	25
2.3. Hipotesa Penelitian	27
2.4 Kerangka Berfikir	27

BAB III.....	29
METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Paradigma Penelitian.....	29
3.2 Pendekatan Penelitian.....	30
3.3 Metode Penelitian.....	31
3.4 Populasi dan Sampel	31
1. Populasi	31
2. Sampel	32
3.5 Teknik Pengambilan Data dan Teknik Sampel.....	34
3.6 Waktu dan Lokasi Penelitian	35
3.7 Definisi Operasional Variabel.....	36
3.8 Teknik Analisis Data	40
3.8.1 Regresi Linear Sederhana.....	41
3.8.2 Analisis Deskriptif.....	41
3.9 Uji Validitas dan Reliabilitas	42
3.9.1 Uji Validitas.....	42
3.9.2 Uji Reliabilitas	43
3.10 Uji Asumsi Klasik	43
3.10.1 Uji Normalitas	44
3.10.2 Uji Linearitas	44
3.10.3 Uji Heteroskedastisitas	44
3.11 Uji Hipotesis.....	45
3.11.1 Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t).....	45
3.11.2 Uji Koefisien Korelasi (R).....	45
3.11.3 Koefisien Determinasi (R ²).....	46
BAB IV.....	47
TEMUAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Temuan.....	47
4.1.1 Karakteristik Responden.....	47
4.1.2 Teknik Analisis Data.....	51
4.1.3 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	53
4.1.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	56

4.1.5 Hasil Uji Hipotesis.....	60
4.2 Pembahasan.....	63
BAB V	66
PENUTUP.....	66
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN.....	70

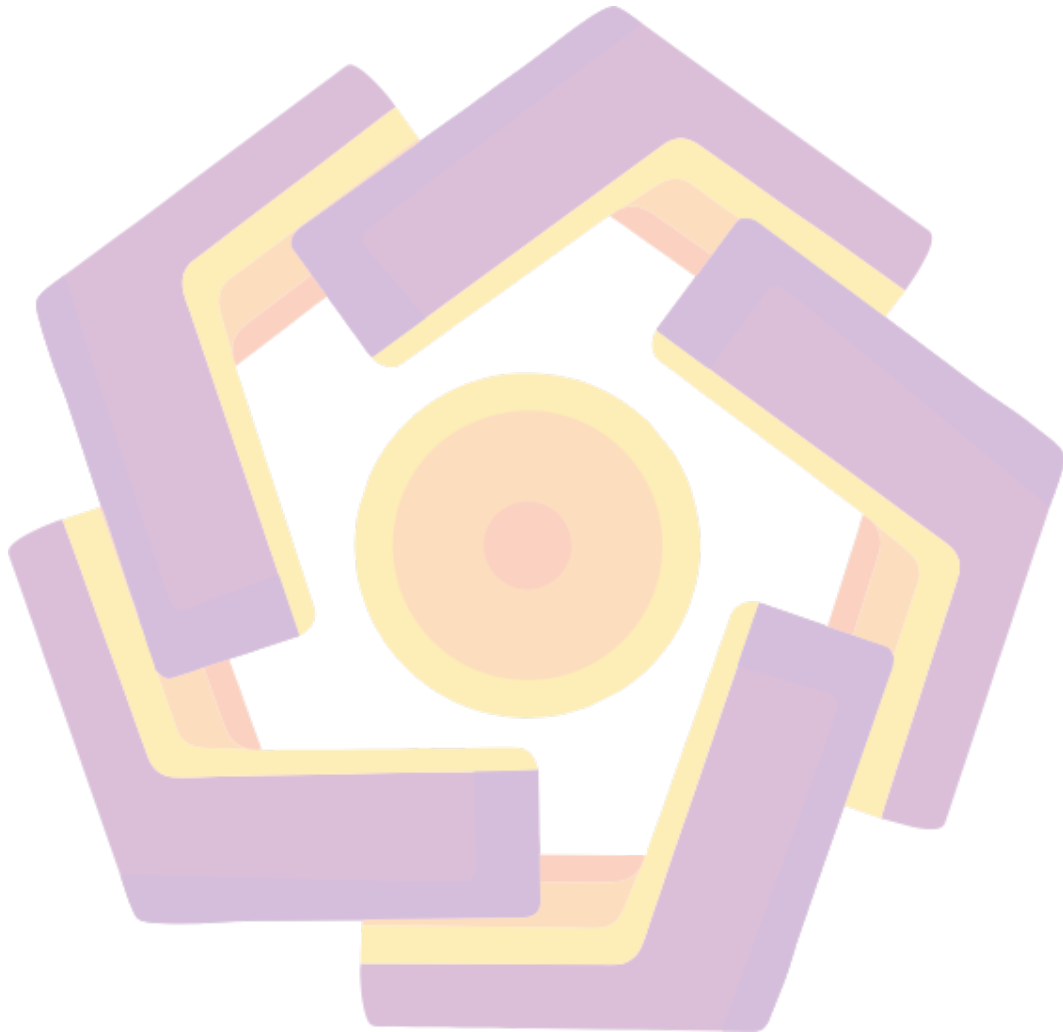


DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Fakta Perilaku Konsumtif Gen Z Terkait Fitur PayLater	5
Tabel 1. 2 Hasil Prasurvei Masalah Penggunaan & Pengalaman Penagihan.....	6
Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya.....	11
Tabel 3. 1 Skor Skala Likert	35
Tabel 3. 2 Skor Kuisioner Indikator dari Variabel Fitur Shopee PayLater.....	36
Tabel 3. 3 Skor Kuisioner Indikator dari Variabel Perilaku Konsumtif	38
Table 3. 4 Rumusan Perhitungan Indeks Jawaban Responden	42
Table 3. 5 Interpretasi Koefisien Determinasi	46
Table 4. 1 Jenis Kelamin Responden	47
Table 4. 2 Usia Responden	48
Table 4. 3 Tahun Angkatan Responden	49
Table 4. 4 Fakultas Responden	49
Table 4. 5 Program Studi Responden.....	50
Table 4. 6 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	51
Table 4. 7 Hasil Analisis Deskriptif.....	52
Table 4. 8 Hasil Uji Validitas X.....	54
Table 4. 9 Hasil Uji Validitas Y.....	55
Table 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas.....	56
Table 4. 11 Hasil Uji Normalitas	57
Table 4. 12 Hasil Uji Linearitas	58
Table 4. 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	59
Table 4. 14 Hasil Uji t.....	60
Table 4. 15 Hasil Uji Koefisien Korelasi.....	61
Table 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	63

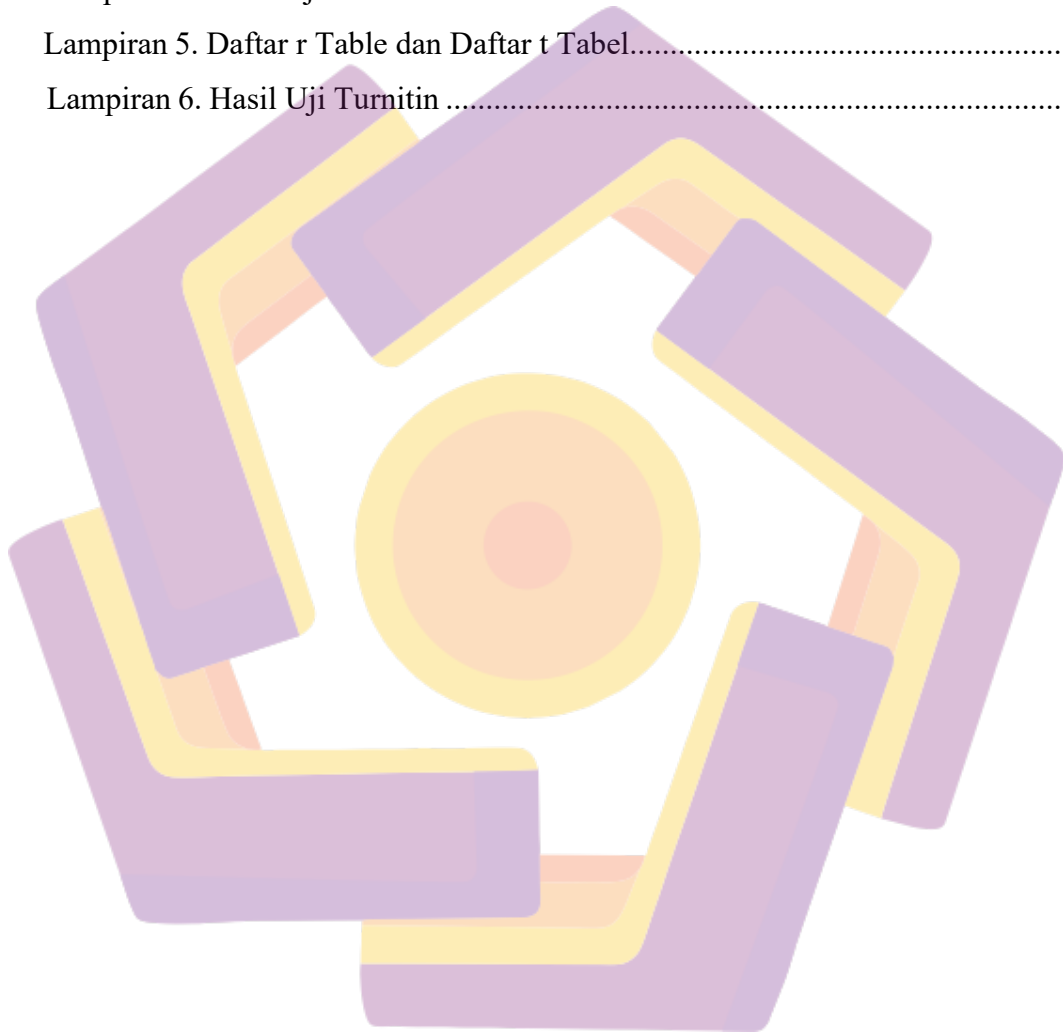
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Daftar Channel Belanja Online Terfavorit	1
Gambar 1.2 Pertumbuhan Penggunaan <i>PayLater</i> di indonesia.....	2
Gambar 1.3 Distribusi Asal Perguruan Tinggi Responden Hasil Prasurvei	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	28



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Prasurvei 1	70
Lampiran 2. Kuisisioner Prasurvei 2	74
Lampiran 3. Kuisisioner Penelitian	78
Lampiran 4. Hasil Uji SPSS Versi 27.....	91
Lampiran 5. Daftar r Table dan Daftar t Tabel.....	100
Lampiran 6. Hasil Uji Turnitin	102



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan *Shopee PayLater* terhadap perilaku Konsumtif mahasiswa Gen Z di Universitas Amikom Yogyakarta. *Shopee PayLater* merupakan layanan kredit digital yang memungkinkan pengguna melakukan transaksi dengan pembayaran tertunda, sehingga dapat memengaruhi pola konsumsi mahasiswa. Dengan semakin mudahnya akses terhadap metode pembayaran ini, terdapat kemungkinan peningkatan konsumsi, baik untuk kebutuhan mendesak maupun pembelian impulsif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linier sederhana. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada mahasiswa pengguna *Shopee PayLater*. Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,001 yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif (Y) dipengaruhi secara signifikan oleh fitur *Shopee PayLater* (X). Selain itu, hasil uji t juga menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,001, yang berarti lebih kecil dari batas kritis 0,05. Dengan demikian, hipotesis alternatif (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_o) ditolak. Kesimpulannya, penggunaan *Shopee PayLater* secara nyata memengaruhi kebiasaan konsumsi mahasiswa Universitas Amikom Yogyakarta.

Kata kunci: *Shopee PayLater*, Perilaku Konsumtif, Mahasiswa Gen Z

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Shopee PayLater usage on the consumer behavior of Gen Z students at Universitas Amikom Yogyakarta. Shopee PayLater is a digital credit service that allows users to make transactions with deferred payments, which may affect students' consumption patterns. As access to this payment method becomes increasingly convenient, there is a potential increase in consumption—whether for urgent needs or impulsive purchases. This research adopts a quantitative approach using simple linear regression analysis. Data were collected through questionnaires distributed to students who actively use Shopee PayLater. The results of the analysis show a significance value of 0.001, which is lower than the significance level of 0.05. This indicates that consumer behavior (Y) is significantly influenced by the Shopee PayLater feature (X). Furthermore, the t-test results also reveal a significance value of 0.001, which is below the critical threshold of 0.05. Therefore, the alternative hypothesis (H_a) is accepted while the null hypothesis (H_o) is rejected. In conclusion, the use of Shopee PayLater has a significant impact on the consumption habits of students at Universitas Amikom Yogyakarta.

Keywords: *Shopee PayLater, Consumer Behavior, Gen Z Students*