

DETERMINAN PENGGUNAAN PAYLATER DIKALANGAN GEN Z

PADA MAHASISWA MUSLIM DI YOGYAKARTA

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar sarjana
ekonomi dari Program Studi Ekonomi Islam



Oleh :

IMAS AGNIYA KARIMA

21423132

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

JURUSAN STUDI ISLAM

FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2025

**DETERMINAN PENGGUNAAN PAYLATER DIKALANGAN GEN Z
DALAM PERSPEKTIF ISLAM**

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi Sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana
dari Program Studi Ekonomi Islam



Acc 12/6/23
Munipon

Oleh :

IMAS AGNIYA KARIMA

21423132

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

JURUSAN STUDI ISLAM

FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2025

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Imas Agniya Karima
NIM : 21423132
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi : “Determinan Penggunaan PayLater
dikalangan Gen Z dalam Perspektif Islam”

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penelitian skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 12 Juni 2025



Imas Agniya Karima

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi :

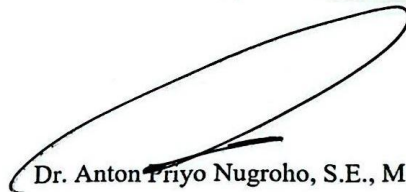
Nama : Imas Agniya Karima

NIM : 21423132

Judul Skripsi : "Determinsn Penggunaan PayLater dikalangan
Gen Z dalam Perspektif Islam"

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah skripsi pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 12 Juni 2025



Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M

NOTA DINAS

Yogyakarta, 12 Juni 2025

16 Dzulhijjah 1446 H

Hal : Skripsi
Kepada : Yth. Dosen Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Indonesia
Di Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wb.

Berdasarkan penunjukkan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor: 218/Dek/60/DAATI/FIAI/II/2025 tanggal : 12 Juni 2025 Atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara :

Nama : Imas Agniya Karima

Nomor Mahasiswa : 21423132

Mahasiswa Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia

Jurusan : Jurusan Studi Islam

Program Studi : Ekonomi Islam

Tahun Akademik : 2024/2025

Judul Skripsi : Determinan Penggunaan PayLater Dikalangan Gen Z dalam Perspektif Islam

Setelah kami teliti dan diadakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa skripsi saudara tersebut di atas memnuhi syarat untuk diajukan siding munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islalm Indonesia.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 12 Juni 2025



Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M

LEMBAR PENGESAHAN



FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Haryim
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4511
F. (0274) 898463
E. fiaili@uii.ac.id
W. fiaili.uii.ac.id

PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diujikan dalam Sidang Tugas Akhir Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 2 September 2025
Judul Tugas Akhir : Determinan Penggunaan Paylater Dikalangan Gen Z pada Mahasiswa Muslim di Yogyakarta
Disusun oleh : IMAS AGNIYA KARIMA
Nomor Mahasiswa : 21423132

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dari Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI:

Ketua/Pembimbing : Dr. Anton Priyo Nugroho, SE, MM
Penguji I : Junaidi Safitri, SEI, MEI
Penguji II : Muhammad Adi Wicaksono, SE, M.E.I

Yogyakarta, 2 September 2025

Dekan,



Dr. Drs. Asmuni, MA
Dr. Drs. Asmuni, MA

LEMBAR PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT, tuhan semesta alam. Dengan penuh rasa syukur, penulis panjatkan puji dan terimakasih ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, petunjuk, dan karunia-Nya atas kelancaran serta kemudahan sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan lancar dan dimudahkan segala urusannya. Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada baginda nabi Muhammad SAW, semoga kita termasuk dalam golongan umat beliau yang mendapatkan syafaat kelak di hari akhir. Amin Ya Rabbal 'Alamin.

Karya ini penulis persembahkan kepada keluarga tercinta khususnya kepada Alm. Ayah, Ibu, Adik serta om dan bude penulis yang tersayang. Penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga atas segala bentuk perjuangan, dukungan moril dan spiritual yang diberikan tanpa henti sejak awal hingga titik pencapaian ini. Terima kasih atas doa, keyakinan, dan kepercayaan yang selalu menguatkan penulis untuk terus maju dan menyelesaikan Pendidikan ini. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, perlindungan, keberkahan, dan umur Panjang agar kita bisa terus bersama dalam mengiringi setiap langkah menuju kesuksesan.

Untuk Ibu saya yang saya sangat cintai, Ibu Iva Mu'awanah, terima kasih telah menjadi bagian perjalanan hidup yang mengajarkan arti kekuatan sesungguhnya khususnya setelah ditinggalnya Ayah pada pertengahan masa perkuliahan. Terima kasih atas segala ujian, luka, dan badai yang justru menempa penulis menjadi pribadi yang tangguh dan kuat. Terima kasih atas perjuangan yang mungkin tidak terlihat selama masa studi penulis. Dan untuk Alm. Ayah, Bapak Surono meskipun ragamu telah tiada, kasih sayang dan ajaran hidup yang ayah tanamkan akan selalu hidup dalam setiap langkah ku, terima kasih atas segala doa yang pernah ayah panjatkan, atas peluh dan pengorbanan yang ayah curahkan demi masa depan penulis dan adik penulis. Terima kasih atas kebaikan dan perjuangan mu yang telah engkau berikan pada orang lain, karena itu kami mendapatkan dampak positif yang begitu banyak. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan

kesehatan, perlindungan, keberkahan dan umur Panjang kepada penulis, ibu, adik, om, bude dan keluarga tercinta kainnya agar kita bisa terus bersama dalam mengiringi setipa langkah kedepannya. Untuk Alm. Ayah semoga Allah SWT melapangkan tempat peristirahatnmu, menerima segala amal kebaikan, mengampuni segala khilaf, dan menempatkan Ayah di surga-Nya yang paling indah.

Untuk diri sendiri, terima kasih telah bertahan meski menghadapi banyak luka dan tantangan. Beberapa tahun terakhir mungkin terasa berat, namun kamu tetap berdiri dan tidak menyerah. Semoga dari celah-celah luka yang pernah ada, tumbuh harapan, kebahagiaan, dan kesuksesan. Terima kasih sudah menyelesaikan apa yang kmu telah mulai, tetap bertahan, dan terus merayakan dirimu, meski kadang tak percaya diri akan sanggup melewatinya.

Kepada dosen pembimbing, Dr. Anton Priyo Nugroho, SE., MM., penulis menyampaikan terimakasih yang tulus atas segala waktu, bimbingan, masukan, dan kesabaran dalam membimbing proses penelitian ini dari awal hingga akhir. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan bapak dengan pahala yang berlipat, kesehatan, serta keberkahan hidup. Terima kasih atas segala perhatian dan dedikasi yang bapak berikan.

Untuk seluruh dosen Fakultas Ilmu Agama Islam, khususnya Program Studi Ekonomi Islam, penulis mengucapkan terima kasih atas ilmy yang telah ditanamkan selama masa perkuliahan. Semoga ilmu tersebut menjadi bekal yang bermanfaat di masa depan, dan semoga pahala dari setiap ilmu yang diajarkan terus mengalir. Terima kasih atas segala kontribusi dan dedikasi yang luar biasa dalam mendidik.

MOTTO

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ۚ

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

Q.S Al Baqarah ayat 286

“The future belongs to those who believe in the beauty of their dreams”

ABSTRAK

DETERMINAN PENGGUNAAN PAYLATER DIKALANGAN GEN Z DALAM PERSPEKTIF ISLAM

IMAS AGNIYA KARIMA

21423132

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana pengaruh faktor pengaruh sosial, kemudahan, hedonisme memengaruhi pengguna PayLater di kalangan Gen Z dalam perspektif islam. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan sumber data menggunakan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuisioner secara online kepada responden mahasiswa Gen Z Universitas Islam Indonesia, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Universitas Ahmad Dahlan, dan UIN Sunan Kalijaga dengan jumlah sampel sebanyak 110 responden. Teknik pengambilan sampel dengan metode teknik sampling yaitu purposive sampling. Analisis data penelitian ini mencakup uji validitas, reabilitas, asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji T (parsial), uji F (simultan), dan uji R² (koefisien determinasi) menggunakan software SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masing-masing variabel pengaruh sosial, kemudahan, dan hedonism berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan PayLater.

Kata kunci : Pengaruh Sosial, Kemudahan, Hedonisme, Penggunaan PayLater.

ABSTRACT

DETERMINANTS OF PAYLATER USE AMONG GEN Z IN AN ISLAMIC PERSPECTIVE

IMAS AGNIYA KARIMA

21423132

The main objective of this study is to analyze how the influence of social influence factors, convenience, and hedonism affect PayLater users among Gen Z in an Islamic perspective. The type of research used is quantitative with data sources using primary data obtained from distributing online questionnaires to Gen Z student respondents at the Islamic University of Indonesia, Muhammadiyah University of Yogyakarta, Ahmad Dahlan University, and UIN Sunan Kalijaga with a sample size of 110 respondents. The sampling technique used a purposive sampling method. The data analysis of this study includes validity, reliability, classical assumptions, multiple linear regression analysis, T test (partial), F test (simultaneous), and R² test (coefficient of determination) using SPSS software. The results of the study indicate that each variable of social influence, convenience, and hedonism has a positive and significant effect on the use of PayLater.

Keywords: Social Influence, Convenience, Hedonism, Use of PayLater.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

KEPUTUSAN BERSAMA

MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Tahun 1987

Nomor: 0543b//U/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel 0.1: Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be

ت	Ta	T	Te
ث	Ṣa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Ḍal	ḏ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḏ	de (dengan titik di bawah)

ط	Ta	t	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	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
هـ	Ha	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof

ي	Ya	y	ye
---	----	---	----

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 0.2: Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	a	a
ـِ	Kasrah	i	i
ـُ	Dammah	u	u

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel 0.3: Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَـي	Fathah dan ya	ai	a dan u

و...	Fathah dan wau	au	a dan u
------	----------------	----	---------

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سُلَّ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel 0.4: Tabel Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا...ى...	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
ى...	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas

و...	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas
------	----------------	---	---------------------

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup
Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".
2. Ta' marbutah mati
Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".
3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّارَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَة talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu

- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuẓu
- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirabbil'alamin. Shalawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan nabi Muhammad SAW, beserta keluarga dan para sahabatnya. Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul “Determinan Penggunaan Paylater Dikalangan Gen Z dalam Perspektif Islam” dengan baik.

Penulisan skripsi ini tentunya tidak luput dari kekurangan dan kesalahan, baik dalam teknis penulisan maupun isi, namun penulis telah berusaha dengan segenap kemampuan untuk menghasilkan karya yang sebaik mungkin. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi selama proses penyusunan skripsi ini, antara lain:

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Indonesia
2. Bapak Dr.Drs. Asmuni, M.A., selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Dr. Anton Proyo Nugroho, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Studi Islam.
4. Bapak Rheyza Virgiawan, Lc., M.E., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam.
5. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing. Terima kasih atas bimbingan, arahan, serta kesabaran dalam mendampingi penulis hingga skripsi terselesaikan.
6. seluruh dosen Program Studi Ekonomi Islam yang telah membekali penulis dengan ilmu yang bermanfaat selama masa studi.
7. Staf dan karyawan Fakultas Ilmu Agama Islam, atas pelayanan dan bantuan administrative yang mempermudah proses penyusunan skripsi ini

8. Keluarga tercinta, terutama, Ibu Iva, Adik Nita, Om Sodik, Bude Ook, serta almarhum bapak yang selalu memberikan semangat dan doa tanpa henti hingga penulis dapat mencapai titik ini.
9. Orang yang selalu memberi nasihat, semangat dan keluh kesah penulis.
10. Teman penulis seperjuangan kuliah Afiffatun naja, Ummah, Mutiara, Sepia, Fitri, yang membantu penulis disaat mengalami kesulitan dan memberi saran kepada penulis.
11. Semua pihak yang penulis tidak sadari dalam membantu proses penyusunan tugas akhir ini.

Dengan segala kerendahan hati, penulis memohon maaf atas segala kekurangan dan kekeliruan yang terdapat dalam karya ini, yang sepenuhnya merupakan keterbatasan penulis sendiri. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan sebagai bahan evaluasi dan pembelajaran ke depannya. Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat menjadi referensi yang berguna bagi pembaca serta penelitian selanjutnya.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iii
NOTA DINAS.....	iv
REKOMENDASI PEMBIMBING	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
LEMBAR PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	xii
KATA PENGANTAR.....	xxi
DAFTAR ISI.....	xxiii
DAFTAR TABEL	xxvi
DAFTAR GAMBAR.....	xxvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar belakang.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	9
C. Tujuan penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
A. Telaah Pustaka	12
B. Landasan Teori.....	18
1. <i>E – Commerce</i>	18
2. PayLater.....	18
3. Pengaruh Sosial	20
4. Kemudahan.....	22
5. Hedonisme.....	23

C. Hipotesis Penelitian.....	25
D. Kerangka Berpikir.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
A. Desain Penelitian.....	29
B. Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Penelitian.....	29
C. Objek Penelitian.....	29
D. Populasi dan Sampel.....	29
E. Sumber data.....	30
F. Teknik Pengumpulan Data.....	31
G. Definisi Operasional dan Pengukuran Indikator Variabel.....	31
H. Instrumen Penelitian yang Digunakan.....	33
a. Kuesioner.....	34
b. Continuous Rating Scale.....	34
I. Teknik Analisis Data.....	36
1. Uji Validitas dan Realibilitas.....	36
2. Analisis Regresi Linear Berganda.....	39
3. Uji Asumsi Klasik.....	39
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	42
I. Gambaran Umum PayLater.....	42
A. PayLater.....	42
B. Data jumlah pengguna PayLater.....	43
II. Hasil Pengumpulan Data.....	43
III. Karakteristik Responden.....	43
A. Jenis Kelamin Responden.....	44
B. Usia Responden.....	44
C. Asal Universitas.....	45
D. Rata – Rata Pengeluaran Responden.....	45
E. Platform PayLater yang di pakai oleh Responden.....	46
F. Nilai PayLater yang pernah di dapatkan oleh Responden.....	46
G. Nilai PayLater yang pernah digunakan oleh Responden.....	47
H. Penggunaan PayLater pada Responden.....	48

IV. Analisis Asumsi Klasik	49
A. Uji Normalitas	49
B. Uji Heteroskedasitas	49
C. Uji Multikolinearitas	50
D. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis).....	51
E. Pengujian hipotesis parsial (Uji t)	52
F. Pengujian Simultan (F).....	53
G. Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>).....	54
V. Pembahasan.....	54
A. Pengaruh sosial berpengaruh terhadap Penggunaan PayLater	54
B. Kemudahan berpengaruh terhadap penggunaan paylater.....	56
C. Hedonisme terhadap Penggunaan PayLater	58
D. Hasil Penelitian.....	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	61
A. Kesimpulan	61
B. Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN.....	67
Lampiran I	67
Lampiran II.....	78

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Operasional	31
Tabel 3. 2 Contoh Skoring Jawaban Kuesioner Penelitian	34
Tabel 3. 3 kisi-kisi instrument.....	35
Tabel 3. 4 Uji Validitas	36
Tabel 3. 5 Uji Reabilitas.....	38
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	44
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	44
Tabel 4. 3 Asal Universitas	45
Tabel 4. 4 Rata-rata Pengeluaran Responden dalam Memenuhi Kebutuhan Sehari-hari	45
Tabel 4. 5 Platform PayLater yang di pakai oleh Responden	46
Tabel 4. 6 Nilai PayLater yang pernah di dapatkan oleh Responden	47
Tabel 4. 7 Nilai PayLater yang pernah digunakan oleh responden.....	47
Tabel 4. 8 Penggunaan PayLater pada Responden	48
Tabel 4. 9 Uji Normalitas.....	49
Tabel 4. 10 Uji Heteroskedasitas	50
Tabel 4. 11 Uji Multikolinearitas	50
Tabel 4. 12 Uji Hipotesis	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Alasan konsumen menggunakan PayLater	2
Gambar 1. 2 Presentase pengguna metode pembayaran digital	3
Gambar 1. 3 Presentase pengguna kartu kredit dan PayLater.....	6
Gambar 1. 4 Presentase penduduk indonesia menurut generasi	7
Gambar 1. 5 Jumlah Pengguna PayLater di Indonesia menurut kelompok usia.	8
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	28

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

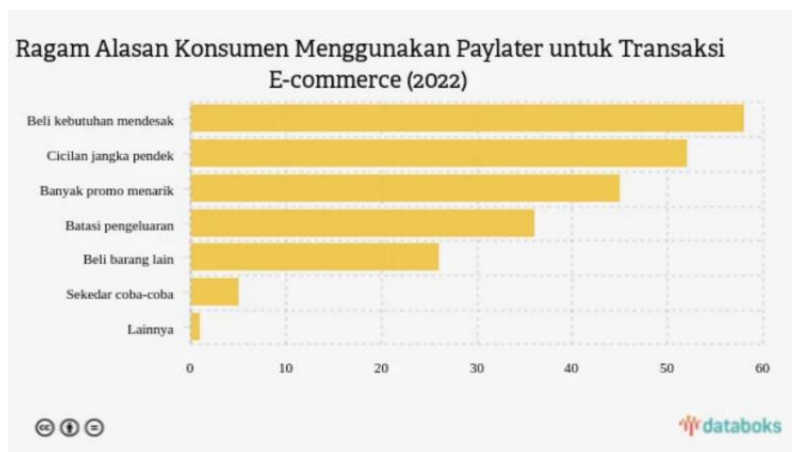
Era digital telah membawa perubahan yang signifikan bagi brand-brand mewah, mengubah cara berinteraksi dengan konsumen dan menjalankan operasional bisnis. Perkembangan dibidang teknologi menjadi salah satu dampak adanya globalisasi ini. Salah satunya dibuktikan terlihat dari semakin luasnya penggunaan internet (Risukmasari, 2024). Dalam penggunaan internet tersebut dapat dimanfaatkan oleh *e-commerce*, dimana adanya penjualan online yang difasilitasi oleh *e-commerce* dalam menjual barang – barang yang sekiranya tidak dapat dijangkau atau lebih memudahkan masyarakat dalam berbelanja.

Penjualan online juga kini menjadi bagian integral dan esensial dari lanskap ritel barang mewah. Hal ini karena penjualan online tersebut memberikan peluang yang belum pernah ada sebelumnya atau yang belum ada di daerah masyarakat tersebut. Dari hal tersebut penjualan online ini menawarkan pengalaman eksklusif dan meningkatkan keterlibatan pelanggan. Salah satu dari keuntungan utama dari penjualan online adalah kemampuan untuk memperluas jangkauan konsumen melampaui toko offline. Platform *e-commerce* adalah transaksi jual beli atau perdagangan secara online. Dan marketplace adalah tempat jual beli online dimana penjual baru menerima uangnya jika barang sudah sampai ke pembeli, jadi brand-brand terkemuka dapat terhubung langsung dengan konsumen diberbagai daerah dan melayani pelanggan yang lebih beragam. Dari situ *e-commerce* menyediakan juga fasilitas dalam pembayaran seperti tranfer bank melalui virtual account ataupun debit, kartu kredit, alfamart, indomart, dan pay later (Aiza Zulmairoh et al., 2024).

Perkembangan *e-commerce* di Indonesia membuka peluang besar bagi pertumbuhan layanan PayLater. Kolaborasi antara *e-commerce* dan lembaga pembiayaan berbasis *peer-to-peer lending* menciptakan keuntungan bagi kedua belah pihak. *E-commerce* dapat meningkatkan penjualannya dengan menawarkan

layanan “beli sekarang, bayar nanti”. Pengembangan *e-commerce* menjadi kunci dalam mengkaji dampak teknologi pembayaran seperti PayLater dalam ekosistem bisnis yang terus berkembang (Sitepu & Fadila, 2024). Dengan perkembangan ini maka penggunaan *e-commerce* meningkat, seperti fitur yang disebutkan. Tidak mungkin konsumen menggunakan fitur PayLater tersebut tanpa adanya alasan. Menurut databoks, alasan terkuat konsumen dalam penggunaan PayLater adalah beli kebutuhan mendesak. Berikut data tersebut :

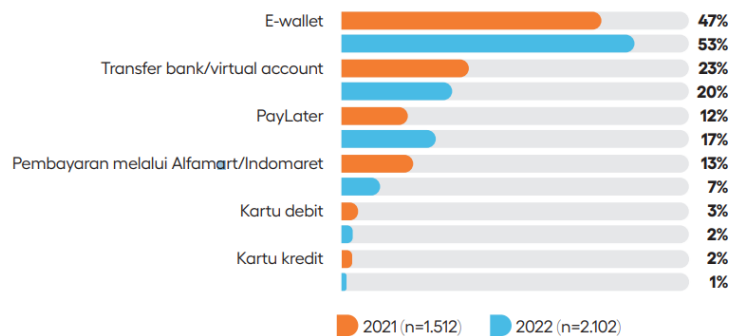
Gambar 1. 1 Alasan konsumen menggunakan PayLater



Sumber : Databoks, 2022

Era dompet digital atau yang disebut dengan *e-wallet* menjadi tren dan diminati oleh konsumen sebelum PayLater meningkat, semakin lama dari tahun ke tahun kini penggunaan Paylater semakin diminati oleh para konsumen saat bertransaksi di platform *e-commerce*. Berdasarkan laporan pada *e-commerce* kredivo tahun 2022 yang berjudul “Perilaku konsumen *e-commerce* Indoneasia” per 22 juni 2022, PayLater menjadi metode pembayaran digital yang paling sering digunakan setelah *e-wallet* dan transfer bank atau virtual account. Laporan ini mencatat pengguna PayLater di platform *e-commerce* meningkat menjadi 38% di 2022 dibandingkan tahun lalu yang sekitar 28%. Berdasarkan laporan tersebut, PayLater memiliki potensi sangat meningkat kedepannya bahkan akan tidak asing lagi mengenai PayLater itu. Berikut data tersebut:

Gambar 1. 2 Presentase pengguna metode pembayaran digital



Sumber : Laporan Kredivo, Juni 2022

Dalam siaran pers OJK pers 25 september 2024 bahwa produk kredit buy now pay later (BNPL) perbankan sebesar 0,24 persen, ini mencatat pertumbuhan yang tinggi. Per agustus 2024 debit kredit BNPL tumbuh 40,68 persen dimana dibulan juli 33,66 persen hingga pada agustus tersebut menjadi Rp18,38 triliun, dengan total jumlah rekening 18,95 juta dibanding dibulan juni 17,90 juta. Kepopuleran BNPL ini menyebabkan penggunaan kartu kredit mulai tersingkir. Bank Indonesia (BI) mencatatkan penurunan sebesar 2% pada Oktober 2022 dibanding September 2022. Selain itu, pada bulan September 2022, penggunaan kartu kredit juga menunjukkan penurunan transaksi menjadi Rp.27,8 triliun jika dibandingkan dengan Agustus 2022 yang mencapai Rp.28,3 triliun. Sementara itu, layanan BNPL menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Berdasarkan laporan PT Perfindo Biro Kredit (idScore), penggunaan BNPL tumbuh cukup pesat Agustus 2022, dengan pinjaman BNPL mencapai 3,1 triliun atau naik 98,83% secara tahunan.

PayLater dikembangkan oleh perusahaan fintech dan diintegrasikan dengan platform *e-commerce* untuk menyediakan fitur pembayaran ini. Traveloka menjadi *e-commerce* pertama di Indonesia yang memperkenalkan fitur PayLater melalui kerja sama dengan fintech PT. Dana Pasar Pinjaman. Selanjutnya, berbagai *e-commerce* lain seperti Gojek, Shopee, dan Bukalapak turut menghadirkan fitur serupa. PayLater sendiri merupakan layanan keuangan yang memungkinkan

pengguna melakukan pembayaran secara cicilan tanpa memerlukan kartu kredit (Akmal Taufiq & Rangga Aditya 2023).

Fokus terhadap pay later, menggunakan metode PayLater memang menguntungkan dan membuat para pengguna PayLater “kecanduan” dan membelanjakan uang untuk barang-barang yang tidak dibutuhkan. Dalam sistem pay later, pembayaran dilakukan dengan menggunakan dana pinjaman dari perusahaan aplikasi penyelenggara, kemudian pengguna harus membayar kembali sejumlah uang kepada perusahaan tersebut. Menerapkan bunga cicilan, dimana semakin lama waktu cicilan maka semakin tinggi pula bunga yang dikenakan. Ini yang di namakan riba dalam islam dikarenakan adanya bunga yang ditanggung, Riba itu sendiri secara tegas dinyatakan baik dalam Al-qur’an maupun hadist adalah haram sebagaimana pengajarannya seperti hukum meminum khamar dan jika pengguna tidak mampu membayar, hal ini dapat memberikan dampak negatif berupa beban pinjaman di masyarakat ataupun pinjaman online (Rahmi, 2024).

PayLater menawarkan kemudahan dalam penggunaannya, seiring dengan kemajuan teknologi, layanan Paylater memberikan kemudahan dalam proses aktivasi yang lebih mudah dibandingkan kartu kredit (Puspitasari & Chikmiah, 2024). Maka dari itu, kemudahan ini adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pengguna PayLater karena praktis dan pengaplikasian yang cepat dan mudah maka banyak orang yang menggunakannya. Kemudahan disini menjual fleksibilitas pembayaran, dapat membantu memenuhi kebutuhan mendesak dan proses pengajuan yang cepat. Selain itu juga kemudahan menimbulkan persepsi pada pengguna jadi tidak merasa terganggu oleh berbagai aktivitas lain saat bertransaksi (Dhanty et al., 2022).

Dengan adanya kemudahan tersebut maka pengguna Paylater yang tidak menggunakannya untuk keperluan mendesak, mereka akan membeli sesuai yang diinginkan bukan sesuai dengan kebutuhan (Uke prajogo et all., 2024), munculah faktor hedonisme yaitu menganggap bahwa kesenangan dan kepuasan materi sebagai tujuan. Faktor ini dapat mempengaruhi pengguna PayLater, faktor tersebut ada pada pengguna yang dapat mengikuti tren atau FoMO yang ada karena pada e-

commerce yang menyediakan media belanja ataupun kartu kredit dapat mempengaruhi pengguna dalam menggunakannya dalam membeli hal hal yang tidak diperlukan. Akan tetapi gaya hidup yang seperti itu dapat menyebabkan masalah pada keuangannya, kecuali pengguna PayLater mempunyai pendapatan. Menurut Kementerian Keuangan Republik Indonesia pada tahun 2023, penyebab hedonisme ada dua bagian yaitu faktor internal dan eksternal. Pada faktor internal pasti manusia ingin memiliki kesenangan dengan bekerja seringan mungkin, biasanya berperilaku belanja boros dengan membeli apa yang diinginkan. Akan tetapi, melalui pandangan islam sifat boros atau berlebih-lebhan (*israf*) itu tidak diperbolehkan. Seperti yang sudah tertulis dalam Al quran surat Al-A'raf ayat 31 yang berbunyi :

يٰۤاٰدَمُ خُذْ وَاٰتِكَمَّزِينَتَكُمْعِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَشَرِبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا ۚ اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

Artinya :

Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, tetepi janganlah berlebihan. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang berlebihan. (QS. Al-A'raf:31)

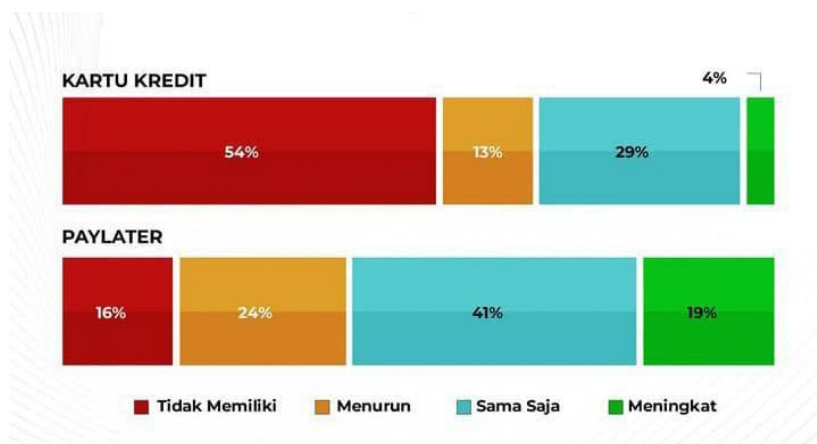
Ayat diatas sudah menjelaskan bahwa dalam islam melarang perilaku boros serta sebaiknya mendukung prinsip kehati-hatian dalam mengelola harta, sehingga penting bagi Gen Z untuk lebih bijak dalam mengelola keuangan nya. PayLater menjadikan gaya hidup hedonis yang mengerikan dimana generasi kita dijadikan generasi konsumtif yang dibiasakan dan merasa dimudahkan untuk berhutang buat hal-hal yang bersifat sekedar keinginan bukan kebutuhan. perilaku tersebut menjadikan boros dan berlebih-lebihan. itu dilarang dalam islam.

Sedangkan secara eksternal yaitu pengaruh sosial atau arus informasi yang ada diluar (globalisasi). Dengan itu faktor selanjutnya yang mempengaruhi pengguna PayLater adalah Pengaruh sosial. Kehidupan sosial memiliki sifat saling memengaruhi dalam membentuk sikap dan perilaku individu di dalam masyarakat. Pasalnya dalam interaksi sosial, terbentuklah kelompok-kelompok sosial yang

muncul akibat adanya kesamaan identitas sosial di antara anggotanya (Baithal et al., 2023). Pengaruh sosila ini dapat berpengaruh dimana pengguna dapat terdorong dalam pengambilan keputusan produk atau jasa berbasis teknologi biasanya dipengaruhi oleh lingkungan eksternal (Fany Fadhila & Muslim Marpaung, 2020).

Menurut kominfo pada tahun 2021, PayLater memiliki peluang besar untuk menjadi pilihan utama dalam metode pembayaran kredit, terutama jika pertumbuhan kartu kredit tidak meningkat (Puspitasari & Chikmiyah, 2024). Seperti data dibawah ini yang menyatakan bahwa peningkatan kartu kredit lebih rendah disbanding dengan kartu kredit.

Gambar 1. 3 Presentase pengguna kartu kredit dan PayLater



Sumber : *Inventure, September 2024*

Pada data diatas menunjukkan bahwa rata-rata Gen Z tidak memiliki kartu kredit, sedangkan PayLater meningkat besarnya hingga 19% karena menjual kemudahan dan aksesibilitas serta lebih praktis dan cepat. Menurut [inventure.id](https://www.inventure.id) frekuensi penggunaan produk keuangan oleh Gen z ini meningkat. Platform seperti Shopee, Tokopedia, hingga layanan seperti GoPay, Spay, dan Traveloka PayLater menawarkan pembayaran yang seamlees dan relavan dengan kebutuhan mereka. Sementara itu, kartu kredit dianggap kurang fleksibel dan memiliki model bisnis yang kaku, sehingga sulit bersaing dengan Gen Z.

Generasi Z saat ini memegang peranan penting dalam mendukung perkembangan Indonesia, baik untuk saat ini maupun di masa depan. Generasi Z

didefinisikan sebagai individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 (Puspitasari & Chikmiah, 2024). Generasi Z atau disingkat dengan Gen Z dikenal dengan generasi yang sangat kreatif. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh harris poll pada tahun 2020, Gen Z menunjukkan ketertarikan yang tinggi terhadap berbagai aktivitas berbasis kreativitas. Dengan kreativitas tersebut Gen Z menciptakan dan memproduksi ekonomi dengan sifat konsumtifnya (Aisyah et al., 2023). Karena Gen Z ini tumbuh di era digital dan internet, yang membedakan dari generasi sebelumnya. Berikut data presentase penduduk Indonesia menurut generasi :

Gambar 1. 4 Presentase penduduk indonesia menurut generasi

Komposisi Penduduk Indonesia Menurut Generasi

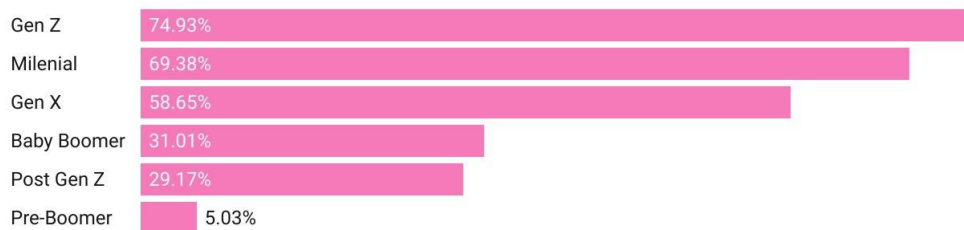
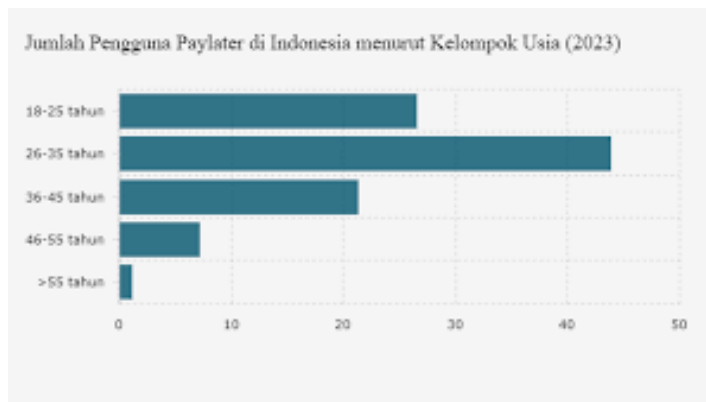


Chart: Tim Riset IDX Channel (Data olahan), Mei 2024 • Source: Sensus Penduduk 2020 BPS • Created with Datawrapper

Sumber : *IDX Channel, Mei 2024*

Pada data diatas bahwasanya komposisi penduduk Indonesia menurut generasi di dominasi oleh Generasi Z dengan presentase 74.93%. karena itu Generasi muda sekarang atau dapat dikatakan dengan Gen Z salah satunya menjadi sasaran pasar dalam transaksi PayLater karena memiliki tingkat konsumerisme yang tinggi (Waluyo et al., 2022). Berikut salah satu data yang membuktikan bahwa Gen Z juga ikut serta dalam mendominasi penggunaan PayLater :

Gambar 1. 5 Jumlah Pengguna PayLater di Indonesia menurut kelompok usia



Sumber : databoks

Pada diatas ditinjau dari jumlah penggunaan PayLater di Indonesia menurut kelompok usia pada tahun 2023 bahwa didominasi oleh range umur 26-35 tahun dan 18-25 tahun. Yang mana diketahui bahwa Gen Z dikutip dari detik.com adalah orang-orang yang lahir pada tahun 1997-2012. Yang artinya pada tahun 2024 Gen Z 27-12 tahun, sedangkan generasi milenial orang-orang yang lahir pada tahun 1981-1996 yang artinya pada tahun 2024 gen tersebut berumur 43-28 tahun. Dominan penggunaan PayLater di gunakan oleh Gen Millenial dan Gen Z.

Meskipun kemudahan PayLater menawarkan kenyamanan dalam berbelanja, hal ini juga dapat menimbulkan kekhawatiran bahwa penggunaan pay later mempunyai kebiasaan belanja Gen-Z secara negatif. Dengan akses mudah ke dana pinjaman, ada risiko mereka akan lebih sering berbelanja secara impulsif, membeli barang-barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan, dan pada akhirnya menumpuk utang. Jika tidak dikelola dengan bijak, ketergantungan pada pembayaran cicilan juga dapat mengakibatkan masalah finansial jangka panjang jika tidak dikelola dengan baik. Dalam perspektif islam, mengelola keuangan dengan bijaksana dan menghindari riba serta hutang yang berlebihan sangat dianjurkan.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti ingin melakukan penelitian mengenai penggunaan PayLater dalam perspektif islam yang terfokus pada tiga faktor yang mempengaruhi penggunaan PayLater yaitu faktor pengaruh sosial,

faktor kemudahan dan faktor hedonisme terhadap penggunaan PayLater perspektif islam.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan diatas, maka penulis mencoba untuk merumuskan beberapa masalah yang nantinya akan dikaji dalam penelitian ini. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana faktor pengaruh sosial memengaruhi penggunaan PayLater di kalangan Gen Z pada mahasiswa muslim di Yogyakarta?
2. Bagaimana faktor kemudahan mempengaruhi penggunaan PayLater di kalangan Gen Z pada mahasiswa muslim di Yogyakarta?
3. Bagaimana faktor hodenisme mempengaruhi penggunaan PayLater di kalangan Gen Z pada mahasiswa muslim di Yogyakarta?

C. Tujuan penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh faktor pengaruh sosial terhadap penggunaan PayLater di kalangan Gen Z pada mahasiswa muslim di Yogyakarta.
2. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh faktor kemudahan terhadap penggunaan PayLater di kalangan Gen Z pada mahasiswa muslim di Yogyakarta.
3. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh faktor hedonisme terhadap penggunaan PayLater di kalangan Gen Z pada mahasiswa muslim di Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

Dengan tercapainya tujuan tersebut, maka penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memeberikan kontribusi pemikiran terhadap pengembangan ilmu pengetahuan ekonomi mengenai Determinan

Penggunaan PayLater di kalangan Gen Z pada mahasiswa muslim di Yogyakarta.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan peneliti mengenai determinan penggunaan PayLater terhadap Gen Z dan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

b. Bagi Pengguna PayLater

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi, pengetahuan, dan pemahaman bagi para pengguna PayLater agar lebih bijak lagi dalam penggunaannya.

c. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi atau pembandingan dari hasil-hasil penelitian sebelumnya, sehingga dapat menjadi sumber referensi tambahan yang berkaitan dengan determinan penggunaan PayLater di kalangan Gen Z pada mahasiswa muslim di Yogyakarta.

E. Sistematika Penulisan

Untuk membuat skripsi yang runtut dan mudah dipahami terdapat lima bab dalam penelitian ini, dan setiap bab memiliki beberapa bagian. Adapun tata penulisan skripsi adalah sebagai berikut :

1. BAB I : Pendahuluan, di bab ini menjelaskan mengenai latar belakang yang menjadi landasan penelitian ini, kemudian dibentuknya rumusan masalah yang merupakan inti dari penelitian ini yang harus diselesaikan. Selanjutnya, dalam bab ini juga menyajikan tujuan penelitian dan manfaat penelitian yang akan dicapai.
2. BAB II : Kerangka Teori/ landasan Teori, Bab ini membahas teori yang digunakan oleh peneliti sebagai kajian Pustaka dari berbagai jurnal baik nasional maupun internasional dari penelitian terdahulu. Selain itu juga di bab ini memaparkan kerangka berpikir.

3. BAB III : Metode Penelitian, pada bab ini membahas uraian metode penelitian yang meliputi desain penelitian, lokasi dan waktu, objek penelitian, populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, definisi operasional variable, instrumen penelitian yang digunakan dan Teknik analisis data. Kemudian, di bab ini juga menyajikan mengenai sistematika penulisan dan jadwal penelitian.
4. BAB IV : Hasil dan pembahasan, pada bab ini berisi mengenai temuan penelitian yang telah dilakukan dan juga menjelaskan tentang hasil analisis data dari penelitian yang dilaksanakan.
5. BAB V : Kesimpulan dan saran, pada bab ini memaparkan kesimpulan dari hasil pembahasan dari penelitian dan saran yang bisa dijadikan sebagai acuan penelitian selanjutnya

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Telaah Pustaka

Menurut penelitian Hisny Fajrussalam, dkk (2023) dengan judul “ Analisis pembayaran PayLater dalam aplikasi shopee menurut perspektif islam” hasil penelitian ini menunjukkan bahwasannya fitur pembayaran PayLater menerapkan denda apabila terjadi keterlambatan pembayaran oleh konsumen, hal tersebut tidak sesuai dengan ketentuan jual-beli menurut pandangan islam yaitu berkaitan dengan riba karena adanya melebihi atau menguragi takaran yang sebenarnya (jumlah sebenarnya) dalam islam jika transaksi jual-beli tersebut terdapat riba maka transaksi jual beli tersebut haram. Selain itu, fitur ini dapat memberikan sebuah keuntungan dari pengguna dan panundaan pembayaran ini bersifat riba karena salah satu syaratnya berisi ketentuan denda jika melebihi tempo yang telah disepakati sebelumnya. Dalam transaksi ekonomi islam hal yang terjadimenjadi penting yaitu kejujuran. Dengan kejujuran akan mendatangkan kebaikan kebahagiaan dan kepercayaan ehingga memberikan keberkahan.

Menurut penelitian Akmal taufiq & Rangga Aditya (2023) dengan judul “Analisis keabsahan perjanjian jual beli melalui media elektronik dengan pembayaran PayLater (bayar nanti) menurut KUH perdata” menunjukkan bahwa perjanjian jual beli melalui media elektronik dengan pembayaran pay later (bayar nanti) memiliki keabsahan hukum sesuai dengan KUH perdata. Kedua belah pihak harus memenuhi syarat yang ditentukan dalam perjanjian yaitu saling pengakuan dan pemahaman terhadap hak-hak dan kewajiban-kewajiban yang disepakati oleh para pihak. Selain itu, pihak yang berkewajiban membayar juga harus tunduk atau taat pada ketentuan mengenai tanggungan utang sehingga perjanjian dapat dipertahankan. Oleh karena itu, tenaga hukum harus berhati-hati dalam membantu klien mereka untuk mengikuti aturan hukum agar tidak menimbulkan masalah legalitas.

Menurut penelitian Nafwa, dkk (2023) dengan judul “Konsep transaksi

PayLater e-commerce dalam hukum ekonomi syariah” ditinjau dari hukum ekonomi syariah menurut Islam, pay later disebut juga dengan akad utang-piutang atau qardh. PayLater menetapkan adanya bunga cicilan dan denda keterlambatan jika mengindikasikan adanya riba. Bisa disimpulkan pay later ini termasuk riba. Diindikasikan adanya riba karena jika pengguna belum bisa membayar saat jatuh tempo dikenakan pembayaran berlipat-lipat.

Menurut penelitian Risukmasari (2024) dengan judul “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat berbelanja konsumen pada pengguna fitur shopee PayLater” hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan, pendapatan, motivasi hedonis dan keamanan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk membeli menggunakan shopee PayLater. Sementara itu suku bunga tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk membeli menggunakan shopee pay later. Dengan kata lain suku bunga yang dikenakan tinggi atau rendah tidak akan mempengaruhi seseorang untuk membeli menggunakan fitur shopee pay later.

Menurut penelitian Aiza Zulmairoh, dkk (2024) dengan judul “Analisis pengguna shopee PayLater dalam perspektif ekonomi islam: permasalahan generasi muda” hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar generasi muda sering melakukan transaksi dengan shopee pay later karena beberapa alasan yang bervariasi. Dalam menganalisis penggunaan shopee pay later melalui sudut pandang hukum ekonomi Islam. Dalam jurnal ini peneliti mengarahkan sudut analisa hukum pada dua hal, yaitu dalam praktiknya, dalam konteks penggunaan shopee PayLater, rukun dan syarat jual beli. Dilihat dari rukun dan syarat jual beli melalui shopee PayLater tidak melanggar prinsip-prinsip hukum ekonomi islam karena semua rukun dan syarat penting dalam jual beli telah terpenuhi dalam praktik tersebut. Namun, dilihat dari segi sistem pembayaran yang digunakan , shopee PayLater tidak disetujui karena dianggap sebagai bentuk riba.

Menurut penelitian Nur Indah (2024) dengan judul “Penerapan biaya administrasi shopee pay later ditinjau dari perspektif Undang-Undang perlindungan konsumen dan fatwa DSN MUI No.117/DSN-MUI/II/2018”

penerapan biaya administrasi pada perjanjian shopee pay later memuat klausul baku sehingga dapat menjadi acuan bagi pembuat perjanjian untuk menerapkan biaya ganda yang didalamnya terdapat biaya administrasi pada perjanjian. waktu pembayaran yang diketahui tidak sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati sebelumnya. Hal ini melanggar ketentuan pencantuman klausul baku dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sehingga diberikan perlindungan hukum terhadap konsumen yang dirugikan. Dalam penerapan biaya administrasi diketahui tidak sesuai dengan beberapa unsur yang terdapat dalam Fatwa DSN-MUI No. 117/DSN-MUI- II/2018 tentang Pelayanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi Berdasarkan Prinsip Syariah.

Menurut penelitian Defi Puspitasari & Jazilatul Chikmiah (2024) dengan judul “Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan FoMO terhadap pembelian impulsif pada Gen Z pengguna shopee pay later” terdapat hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan dan FoMO terhadap perilaku pembelian impulsif. Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan aplikasi shopee pay later pada generasi Z mendorong perilaku pembelian impulsif yang dapat menimbulkan kerugian secara finansial apabila tidak diimbangi dengan penghasilan yang sesuai. Hasil yang sama juga terjadi pada variabel FoMO yang berhubungan dengan perilaku pembelian impulsif pada generasi Z dalam penelitian ini, sehingga untuk mengurangi perilaku pembelian impulsif. Namun jika hal tersebut dilihat dari sudut pandang market place (shopee pay later) hal ini menjadi salah satu peluang untuk meningkatkan jumlah buyer dari generasi Z dengan semakin mempermudah aplikasi dan meningkatkan iklan di internet.

Menurut penelitian Cinta Rahmi (2024) dengan judul “Pengaruh riba dalam penggunaan fitur shopee pay later terhadap generasi milenial” hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan shopee pay later memberikan dampak yang signifikan terhadap generasi Milenial. Meskipun fitur ini memudahkan berbelanja online, banyak responden yang mengalami tekanan

finansial akibat dikenakan bunga atas pembelian yang dilakukan melalui sistem kredit. Beberapa responden mengaku terjerumus ke dalam spiral utang yang sulit diatasi sehingga menimbulkan stress dan kekhawatiran terhadap situasi keuangan mereka. Studi ini juga menyoroti pentingnya peran literasi keuangan dalam penggunaan fitur shopee PayLater. Banyak responden yang mengaku belum memahami konsep riba dan dampaknya terhadap keuangan pribadinya. Oleh karena itu, perlu adanya upaya untuk meningkatkan literasi keuangan generasi Milenial agar lebih sadar akan resiko riba dan dapat mengelola keuangan dengan lebih bijak.

Menurut penelitian Fendy Chuandra (2022) dengan judul “The effect of pay later payment method used in online impulsive buying in Batam city” hasil dari penelitian ini adalah bahwasanya adanya pengaruh yang signifikan antara persepsi kegunaan dan persepsi keamanan terhadap niat menggunakan PayLater namun persepsi kemudahan penggunaan tidak memiliki hubungan yang sama dengan niat untuk menggunakan PayLater. Hasil penelitian ini juga menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara niat menggunakan PayLater terhadap pembelian impulsif online di kota Batam.

Menurut penelitian Ivonanda Nindya & Rifelly Dewi Astuti (2022) dengan judul “Factors affecting intention to use of online installment payment PayLater” hasil dari penelitian tersebut ketika diadakannya identifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi niat penggunaan layanan PayLater melalui model dari difusi teori inovasi dan memperoleh jawaban dari 211 responden melalui kuesioner online. Hasilnya adalah kompatibilitas dan kemampuan uji coba berhubungan positif dengan niat peserta untuk melakukannya gunakan pay later. Namun, kompleksitas yang rendah tidak memiliki hubungan dengan niat peserta untuk menggunakan pay later.

Menurut penelitian Fazlur Rahman (2023) dengan judul “The use of PayLater transactions among students from an Islamic legal perspective” hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun Sebagian mahasiswa menyadari adanya unsur riba dan larangan transaksi paylater dalam islam, mahasiswa tetap menggunakan dengan berbagai faktor seperti kebutuhan yang mendesak,

mendapatkan diskon, membayar uang kuliah dan lainnya. Di sisi lain, sebagian mahasiswa lainnya belum memahami sepenuhnya atau merasa ragu terkait hukum *paylater* dalam islam.

Sedangkan penelitian yang diteliti oleh Anton Priyo Nugroho (2024) dengan judul “ Analisis penggunaan pembayaran PayLater terhadap perilaku konsumsi masyarakat dalam pandangan islam” hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor dari kemudahan, kepercayaan, dan gaya hidup secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumsi islam. Maka dari itu sebagai muslim yang *kaffah* akan memahami esensi dari konsumsi yaitu untuk cukup dan tidak berlebih-lebihan.

Menurut penelitian yang ditulis oleh Gery Alde Sitepu & Fadila (2024) dengan judul “Analisis pemanfaatan layanan *paylater* di era keuangan digital oleh Generasi Z” hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa intensitas penggunaan *paylater* di kalangan generasi Z cenderung rendah, dengan Sebagian besar responden hanya memanfaatkan satu kali. Dan generasi Z umumnya menggunakan *paylater* untuk pembelian barang yang non-produktif, seperti produk perawatan kulit (*skincare*) karena mayoritas pengguna *paylater* perempuan juga.

Menurut penelitian Siti Aisyah, et al (2023) yang berjudul “The Factors influencing behavioural intention fintech lending (PayLater) among generation Z Indonesian muslims and Islamic consumption ethic views” hasil penelitian ini menunjukkan perilaku konsumtif pada gen Z dalam menggunakan layanan pembiayaan fintech seperti *paylater* dipengaruhi beberapa faktor seperti ekspektasi terhadap kinerja, pengaruh social, insentif hedonis, dan kebiasaan. Generasi ini cenderung terus memanfaatkan layanan tersebut karena telah menyesuaikan diri dengan penggunaannya dan bahkan berpotensi mempengaruhi orang-orang di sekitarnya untuk ikut menggunakan layanan *paylater*.

Selanjutnya, menurut penelitian Waluyo, et al (2022) yang berjudul “Buy now *paylater* : apakah *paylater* mempengaruhi pembelian impulsif generasi muda muslim?” hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa fakto-faktor seperti shopping life style, diskon, dan persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap

pepmbelian implusif melalui layanna paylater dan Adapun yang berpengaruh adalah emosi positif dan e-servqual. Ini terjadi karena fitur dalam paylater memberikan informasi secara lengkap sehingga terdapat kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi.

Menurut penelitian Sinta Dwi Lestari & Helmi Haris (2024) dengan judul “Pengaruh sosial, gaya hidup, dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif pembelian melalui shopee PayLater pada mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta” hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh sosial tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pembelian melalui shopee PayLater pada mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta. Akan tetapi, faktor dari gaya hidup dan pengendalian diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pembelian melalui shopee PayLater pada mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta.

Sedangkan penelitian yang diteliti oleh Nur Izzati, et al (2023) dengan judul “Pengaruh kepercayaan, gaya hidup, dan pengaruh sosial terhadap minat penggunaan shopee PayLater pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi” dari penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan, gaya hidup, dan pengaruh sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan shopee PayLater.

Dan yang terakhir, penelitian yang diteliti oleh Ziadil Ulum & Asmuni (2023) dengan judul “Transaksi shopee paylater perspektif islam” hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa transaksi paylater dibolehkan walaupun harga ditentukan setelah semua transaksi dilaksanakan secara relevan dengan Syariah dan syarat-syarat tertentu dalam hukum jual beli islam. Sebabnya, dasarnya hukum asal dari perbuatan mu’amalah itu diperbolehkan selama tidak ada adil yang menyatakan pelarangannya atau pengharamannya.

Maka kemudian peneliti ini ingin memberikan suatu perbedaan dari hasil penelitian sebelumnya yaitu dengan mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor apa saja yang menjadi penentu utama dalam penggunaan PayLater oleh generasi Z ditinjau dari pandangan islam. Faktor – faktor penentu utama tersebut yaitu pengaruh sosial, kemudahan, hedonisme. Kemudian yang akan diidentifikasi bagaimana faktor-faktor tersebut dapat berpengaruh terhadap penggunaan paylater

dan terfokus hanya pada generasi Z saja.

B. Landasan Teori

1. *E – Commerce*

Fintech dan *e-commerce* saling berhubungan. *E-commerce* adalah platform jual beli atau bisa dikatakan gabungan dinamis dari teknologi aplikasi dan proses bisnis yang berfungsi untuk menghubungkan pelaku bisnis, konsumen, serta berbagai komunitas (Sitepu & Fadila, 2024) sedangkan fintech merupakan konsep seperti kartu kredit yang dapat ditransaksikan pada platform *e-commerce* (Maharani et al., 2023). Industri *e-commerce* meningkat dan akan mendukung pertumbuhan layanan pembayaran tangguhan atau pembiayaan. Bagi perusahaan semakin banyak pembiayaan yang diambil oleh masyarakat untuk berbelanja melalui *e-commerce*, maka membuat tingkat keuntungan yang didapatkan meningkat (Waluyo et al., 2022). Perkembangan *e-commerce* ini memberikan perubahan pada metode pembayaran secara digital sedangkan sebelumnya hanya dapat dilakukan secara cash ataupun kartu (Fazlur Rahman, 2023).

Adanya *e-commerce* menjadikan banyak perusahaan-perusahaan yang mulai berlomba-lomba dalam pembuatan layanan online serta mempunyai kualitas baik sehingga menjadi value baru bagi produknya. Salah satu fitur *e-commerce* ialah PayLater, aplikasi *e-commerce* yang memberikan layanan PayLater seperti Traveloka, Tiket.com, Tokopedia, Gojek, SPay Later, OVO, akulaku dan lain sebagainya.

2. PayLater

Di era modern, aktivitas jual beli telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Perubahan ini tidak hanya terlihat pada pola pengiriman berbasis online, tetapi juga pada jenis transaksi atau kontrak yang semakin beragam. Salah satu contohnya adalah paylater, sebuah metode transaksi berbasis online yang banyak digunakan. Paylater memungkinkan pembeli untuk melakukan pembelian secara cicilan melalui platform marketplace.

Paylater merupakan sistem pembayaran yang dapat digunakan untuk berbagai keperluan, seperti berbelanja, memesan tiket pesawat, atau memesan

penginapan secara online. Di Indonesia, banyak e-commerce dan platform digital yang telah mengadopsi system pembayaran paylater termasuk Traveloka, Ovo, Tokopedia, Gojek, Shopee, dan lainnya (Cuandra, 2022). Paylater juga menawarkan kemudahan seperti persyaratan pendaftaran yang mudah, tidak memerlukan kartu fisik, dapat diakses melalui perangkat seluler, dan konsumen mendapatkan jumlah limit pinjaman (Nindya & Astuti, 2022).

Layanan PayLater memungkinkan pengguna untuk melakukan pembelian langsung tanpa harus membayar dahulu saat transaksi. Pembayaran dilakukan kemudian dalam bentuk tagihan seperti halnya kredit yang kemudian biasanya harus dilunasi dalam jangka waktu tertentu, seperti mingguan atau bulanan.

Dalam setiap penggunaan PayLater pasti memiliki syarat dan ketentuan yang di berikan oleh penyelenggara paylater dan tentunya syarat itu harus dipenuhi oleh pengguna. Biasanya syarat dan ketentuan tersebut ada sebelum melakukan pendaftaran paylater (Akmal Taufiq & Rangga Aditya 2023).

Terdapat beberapa indikator pengguna PayLater menurut Tsani & Himmati (2023) yaitu :

1. Lama penggunaan
2. Intensitas penggunaan
3. Kepuasan dengan produk

Penggunaan PayLater dalam perspektif islam

Penggunaan PayLater ataupun kartu kredit menurut islam dalam model jual beli ini adalah dengan cara konsumen mengambil barang dari penjual, lalu di akhir periode dibayar total seluruh harganya yang ini disebut dengan jual beli *istijar*. Dalam bahasa *istijrar* berarti menyeret atau menarik (Prastiwi & Fitria, 2021). Paylater adalah fitur layanan berbasis utang. Namun, dalam kajian fiqh kontemporer, penggunaan paylater memunculkan berbagai perbedaan pendapat di kalangan ulama. Sebagian ulama berpendapat bahwa transaksi paylater diperbolehkan (halal), sementara Sebagian lainnya menganggapnya tidak diperbolehkan (haram) (Fazlur Rahman, 2019). Akan tetapi, disetiap pembayaran cicilan pengguna akan dikenakan biaya tambahan yang disebut

dengan riba (Fany Fadhila & Muslim Marpaung, 2020).

Salah satu tidak diperbolehkannya dalam menggunakannya ialah karena adanya riba tersebut maka Allah SWT bersabda dalam surah Al Baqarah ayat 275 yang berbunyi :

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا ۚ إِنَّمَا
الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۚ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَاتَّقِهَا فَلَهُ ۚ مَا سَلَفَ ۚ
وَأَمْرُهُ ۚ إِلَى اللَّهِ ۚ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۖ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: "Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya." (QS Al-Baqarah: 275)

3. Pengaruh Sosial

Faktor sosial dalam berbagai aspek pasti mempengaruhi perilaku individu dalam melakukan tindakan berdasarkan kebiasaan. Faktor sosial ini mencakup keluarga, teman, peran dan status. Karena itu faktor sosial mendorong individu dalam menerima suatu hal yang telah dilakukan oleh orang di lingkungan nya (Lestari & Haris, 2024). Pengaruh sosial merupakan proses dimana individu dipengaruhi atau mengambil keputusan oleh orang lain. Contohnya seperti seorang mahasiswa menggunakan layanan paylater dikarenakan temennya menggunakannya atau contoh lainnya seperti mengikuti tren terhadap penggunaan paylater tersebut. Pengaruh sosial ini menjadi salah satu determinan penting dalam keputusan seseorang termasuk dalam konsumsi.

Dalam konteks teori UTAUT2, pengaruh sosial ini dikenal sebagai *Social Influence* (Pengaruh Sosial), yaitu bahwa penggunaan teknologi dapat dipengaruhi oleh sosial sekitar (Afiana et al., 2019).

Informasi dan dorongan yang diberikan oleh orang-orang di sekitar dapat mempengaruhi keyakinan individu dalam menggunakan suatu teknologi. Akan tetapi, pengaruh sosial juga dapat membawa dampak negatif jika orang yang memberikan pengaruh memiliki kebiasaan buruk dalam penggunaan paylater atau jika informasi yang disampaikan tidak akurat atau tidak relevan dengan kebutuhan individu (Maharani et al., 2023).

Terdapat beberapa indikator pengaruh sosial menurut Sinta Dwi dan Helmi Haris (2024) :

1. Komformitas
2. Kepatuhan
3. Kekuatan sosial

Pengaruh sosial dalam perspektif islam

Transaksi jual beli di e-commerce maupun tidak membentuk sebuah jalinan sosial serta memiliki berbagai aturan yang saling berkesinambungan yang disebut dengan muamalat. Menurut Utami dan lain-lain (2023) Islam disaat berhutang harus dilakukan dengan dilatar belakangi sebuah pembatasan :

1. Setiap transaksi utang harus dicatat dan disaksikan oleh pihak lain
2. Pinjaman harus memiliki niat untuk mengembalikan.

Berikut ayat yang menjelaskan bahwa pengaruh sosial berpengaruh :

لَهُ مُعَقِّبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ ۚ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ ۚ وَمَا لَهُمْ مِّنْ دُونِهِ ۚ مِنْ وَالٍ

Artinya : baginya (manusia) ada malaikat-malaikat yang menyertainya secara bergiliran dari depan dan belakangnya yang menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum hingga mereka mengubah apa yang ada pada diri mereka. Apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, tidak ada yang dapat menolaknya, dan sekali-

kali tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia (Ar-Ra'du : 11).

Ayat diatas menjelaskan tentang perubahan sosial atau masyarakat yang berdasarkan pada sunnatullah, yaitu perubahan yang berdasarkan hukum kemasyarakatan dan perubahan yang dilakukan oleh manusia. Perubahan yang berdasarkan hukum kemasyarakatan akan terjadi secara pasti, karena hal itu merupakan bagian dari sunnatullah. Jika pengaruh sosial itu kepada laranganNya maka tidak dibenarkan. Selain merugikan, PayLater juga membuat kecanduan pada konsumennya.

4. Kemudahan

Kemudahan dalam penggunaan dan penerapan layanan paylater telah mendorong perubahan gaya hidup masyarakat. Jika sebelumnya orang-orang cenderung enggan berutang, kini banyak yang menjadi pengguna setia layanan paylater ini. Kemudahan ini merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan konsumsi. Selain itu, kemudahan transaksi secara online juga berdampak pada perilaku konsumsi masyarakat, yang berpotensi meningkatkan sifat konsumtif dalam menggunakan paylater (Nugroho, 2024). Dalam konteks teori UTAUT2, kemudahan dikenal sebagai *Effort Expectancy* (Harapan Usaha), yaitu dimana persepsi individu bahwa suatu teknologi atau layanan dapat digunakan dengan mudah tanpa memerlukan banyak usaha.

Paylater memungkinkan pengguna untuk berbelanja tanpa memerlukan kartu kredit. Transaksi dapat dilakukan melalui aplikasi atau situs web penyedia layanan paylater dengan menggunakan saldo paylater yang diberikan oleh penyelenggara atau opsi pembayaran lain yang tersedia (Sitepu & Fadila, 2024). Karena kemudahan tersebut maka dorongan kuat Gen Z mengkonsumsi hal-hal yang bukan prioritas (Aisyah et al., 2023).

Semakin banyak kemudahan yang di tawarkan kepada pengguna paylater maka memungkinkan semakin tinggi perilaku konsumsi Gen Z (Rahmi, 2024). Dikarenakan konsumen biasanya lebih memilih sistem pembayaran yang sederhana dan mempermudah proses transaksi ditambah pada penggunaan paylater, paylater menawarkan kenyamanan dan kemudahan bagi

penggunanya, cenderung lebih mudah diterima oleh masyarakat. Oleh karena itu, kiranya persepsi tentang kemudahan penggunaan menjadi faktor penting dalam mendorong Gen Z dalam menggunakan paylater (Cuandra, 2022).

Terdapat indikator kemudahan menurut Anton priyonggo (2024) :

1. Kemudahan dalam mengoperasikan atau digunakannya
2. Kemudahan dalam bertransaksi
3. Kemudahan dalam memperoleh sesuatu yang diinginkan

kemudahan dalam perspektif islam

Kemajuan teknologi telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia, terutama dalam hal kemudahan akses informasi dan komunikasi. Salah satu dampak positif dari perkembangan ini adalah kemudahan dalam bertransaksi secara online. Dalam hadist Rasulullah SAW yang berarti “Sesungguhnya agama ini mudah, dan tidaklah seseorang mempersulit dirinya dalam agama ini melainkan dia akan kalah. Maka lakukanlah dengan benar, mendekatlah dan berilah kabar gembira.” (HR. Bukhari, No.39).

Dalam hadist tersebut menunjukkan bahwa islam menganjurkan penggunaan teknologi dan inovasi yang memudahkan kehidupan manusia, termasuk dalam bidang perdagangan dan transaksi keuangan.

Berhubungan dengan kemajuan teknologi jual beli online dilihat dari aspek maqhasid Syariah juga terdapat keuntungan berupa kemudahan dalam bertransaksi dan memberikan efisiensi waktu. Rasulullah menunjukkan jual beli itu halal asal kan sesuai dengan syariat islam (Maharani et al., 2023). Allah SWT tidak pernah menyulitkan hambanya maka dari itu setiap perintah atau hal baik pasti ada kemudahan dalam melakukannya. Namun, dalam hal ini kemudahan tersebut tidak baik, Karena pada PayLater adanya larangan dalamnya yaitu Riba. Maka dari itu sebaiknya menjauhi hal hal yang tidak disukai atau larangan Allah SWT.

5. Hedonisme

Paylater tidak hanya dianggap sebagai metode pembayaran saja akan tetapi mendukung gaya hidup generasi muda atau Gen Z ini cenderung

mengutamakan kenyamanan dan kecepatan. Hedonisme adalah pandangan hidup yang beranggapan bahwa kebahagiaan seseorang tercapai dengan mengejar sebanyak mungkin kenikmatan dan sebisa mungkin menghindari rasa sakit atau penderitaan (Prastiwi & Fitria, 2021). Dalam konteks teori UTAUT2 berkaitan dengan *Hedonic Motivation* (Motivasi Hedonisme), yaitu dimana individu merasa puas dan nyaman saat menggunakan teknologi tertentu karena aktivitas mereka terpuenuhi dengan penggunaan teknologi tersebut.

Gaya hidup hedonisme pada dasarnya berkaitan erat dengan kondisi ekonomi individu. Setiap orang berusaha memenuhi kebutuhannya melalui aktivitas transaksi dengan penyedia produk. Aktivitas transaksi ini didorong oleh kapasitas financial yang dimiliki. Gaya hidup hedonik mencerminkan orientasi perilaku yang diwujudkan dalam aktivitas sehari-hari, terutama dalam menjalankan kegiatan ekonomi (Waluyo et al., 2022).

Menurut (Maharani et al., 2023) Gaya hidup diekspresikan sebagai pola hidup seseorang yang digambarkan melalui kativitas, minat, dan pendapatnya. Menurutny terdapat dua faktor hedonisme, yaitu :

- a. Secara demografis, misalnya berdasarkan tingkat Pendidikan , usia dan jenis kelamin.
- b. Secara psikografis, meliputi minat, hobi, sikap terhadap lingkungan kepribdian dll.

Faktor hedonisme lainnya adalah gengsi, karena gengsi dapat mempengaruhi gaya hidup seseorang. Gaya hidup hedonik yang dipilih karena gengsi bisa berdampak buruk bagi diri sendiri, misalnya gangguan pada kesejahteraan psikologis dan perencanaan keuangan yang tidak stabil. Gaya hidup yaitu pola dimana seseorang hidup dan menghabiskan uang (Lestari & Haris, 2024).

Terdapat indikator hedonisme menurut putri dan rekannya (2022) yaitu:

1. Pembelian produk karena adanya hadiah/bonus
2. Pembelian karena produk menarik
3. Membeli produk untuk mengikuti trend
4. Membeli produk tidak berdasarkan kebutuhan dan nilai guna

5. Membeli hanya untuk tanda status
6. Penggunaan produk karena ambassador yang disukai
7. Adanya pemikiran barang dengan harga tinggi meningkatkan kepercayaan diri
8. Mencoba lebih dari dua produk namun merk yang berbeda

Hedonisme dalam perspektif islam

Islam menolak tegas sikap hidup materialisme, hedonisme, konsumerisme dalam bentuk larangan sifat boros di suatu sisi kikir di sisi lainnya. Karena kedua sifat tersebut jelas – jelas bertentangan dengan konsep kesederhanaan yang diinginkan menurut islam (Prastiwi & Fitria, 2021). Jika faktor hedonisme digunakan secara berlebihan maka mengakibatkan perilaku konsumtif, tidak berlebihan saja perilaku konsumtif. Dimana perilaku atau gaya hidup hedonisme setiap individu yang senang membelanjakan uangnya tanpa pertimbangan yang matang. PayLater menjadikan gaya hidup hedonis yang mengerikan dimana generasi kita dijadikan generasi konsumtif yang dibiasakan dan merasa memudahkan untuk berhutang buat hal-hal yang bersifat sekedar keinginan bukan kebutuhan. perilaku tersebut menjadikan boros dan berlebih-lebihan itu dilarang dalam islam. Larangan tersebut dijelaskan dalam Al-Qur”an yang berbunyi:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya : Dan, orang-orang yang apabila tidak berlebihan dan tidak (pula) kikir. (infaq mereka) adalah pertengahan antara keduanya (Al-Furqon : 67)

C. HIPOTESIS PENELITIAN

1. Hubungan pengaruh sosial dan penggunaan PayLater

Pengaruh sosial dapat mempengaruhi penggunaan teknologi, karena dorongan dari individu lain dan lingkungan sosial dapat mempengaruhi sikap dan keyakinan seseorang. Hal ini mendorong calon pengguna PayLater untuk memutuskan menggunakannya. Pengaruh sosial dalam penelitian ini melihat pada sejauh mana

pengguna PayLater dipengaruhi oleh lingkungan sekitar atau melalui media sosial seperti iklan. Faktor sosial seperti keluarga, teman dekat, iklan sosial media serta peran dan status sangat mempengaruhi seseorang dalam melakukan sesuatu. Kiranya karena pengaruh sosial ini kuat karena adanya ajakan atau serta pengaruh kelompok lingkungan sekitar maka akan semakin banyak pengguna PayLater.

Dalam penelitian Nur izzati, arsa dan firman (2023) menyatakan bahwa hasil penelitiannya menunjukkan minat penggunaan shopee PayLater dapat dipengaruhi secara signifikan oleh variabel pengaruh sosial. Artinya muamalah sesama manusia berjalan dan saling mempengaruhi. Selain itu, dalam penelitian Muhammad Baihal, Anhar, dkk (2023) juga menyatakan bahwa variabel pengaruh sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan PayLater dan dibenarkan juga pada penelitian yang disusun oleh fany Fadhila, Azhar dan Muslim Marpaung (2020) bahwasanya faktor pengaruh sosial memiliki pengaruh positif, kuat dan signifikan terhadap keputusan pengguna shopee PayLater pada masyarakat muslim kota medan yang mereka teliti. Karena lingkungannya yang berpengaruh dalam penggunaan PayLater yang menjadikan pengguna baru tersebut menggunakannya.

H1: pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap pengguna PayLater

2. Hubungan kemudahan dan pengguna PayLater

Kemudahan dalam bertransaksi sangat erat kaitannya dengan kemudahan transaksi online (Dhanty et al., 2022). Berdasarkan teori *Technology Acceptance Model (TAM)* yang menggambarkan bagaimana pengguna menerima dan memanfaatkan teknologi, kemudahan dalam menggunakan teknologi ini menjadi salah satu faktor yang menentukan pengguna PayLater untuk memanfatkannya. Kemudahan pada PayLater juga dibuktikan pada pendaftaran yaitu hanya membutuhkan KTP dan foto diri saja. Penggunaa PayLater akan meningkat karena adanya persepsi kemudahan pada penggunaan penggunaan PayLater, perspesi kemudahan tersebut artinya mempengaruhi calon Pengguna PayLater (Cuandra, 2022).

Dalam penelitian Anton Priyo Nugroho (2024) hasil dari penelitiannya menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh terhadap perilaku konsumsi. Sama halnya dengan penelitian yang disusun oleh Fendy Cuandra (2022) yang membedakan dengan penelitian Anton Priyo adalah variable Y nya dengan menyatakan bahwa kemudahan terdapat pengaruh terhadap impulsif buying dan niat untuk menggunakan PayLater. Selain itu, sama halnya dengan penelitian Fendy Cuandra pada penelitian yang disusun oleh defi puspitasari dan jazilatul chikmiyah (2024) menyatakan bahwa kemudahan mempengaruhi atau signifikan terhadap perilaku impulse buying pada pengguna Shopee PayLater. Dengan itu artinya kemudahan memungkinkan untuk berpengaruh atau berdampak positif terhadap sesuatu yang akan digunakan atau dikerjakan. Karena juga banyak kemudahan yang ditawarkan oleh paylater bagi pengguna nya seperti efisiensi waktu karena tidak perlu jauh-jauh dalam meminjam pinjaman karena dapat menggunakan pinjaman yang berada di *e-commerce*.

H2: Kemudahan berpengaruh positif terhadap pengguna PayLater

3. Hubungan Hedonisme dan Pengguna PayLater

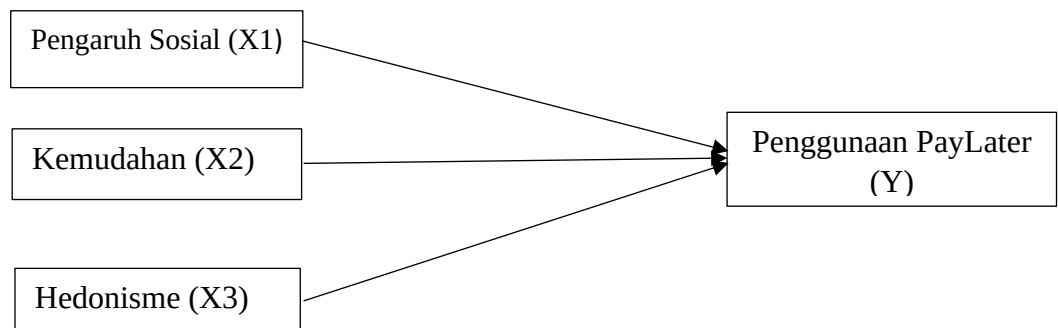
Gaya hidup hedonik setiap orang berbeda – beda akan tetapi gaya hidup hedonik seseorang dapat berubah dengan cepat tergantung pada keinginan individu atau perkembangan zaman. Seiring dengan perkembangan zaman, seseorang mungkin akan bergaya hidup lebih modern. Memilih gaya hidup secara bijak serta dapat membatasi diri untuk tidak boros dan tidak berlebih-lebihan saat melakukan tindakan konsumsi itu merupakan suatu kebaikan. Dalam penelitian Sinta & Helmi (2024) Menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pembelian melalui shopee PayLater, maka dari itu terkadang jika kebutuhan sudah terpenuhi maka keinginan muncul. Sama halnya dengan penelitian Anton priyo (2024) hasil penelitian nya sama bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi. Selain itu, dalam penelitian Nur Izzati, dkk (2023) menyatakan bahwa hasil penelitian nya sama yaitu gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan shoppe PayLater. Sebab adanya tren menjadikan pengaruh hedonisme ini berpengaruh.

H3: Hedonisme berpengaruh positif terhadap pengguna PayLater

D. KERANGKA BERPIKIR

Berikut ini merupakan gambar kerangka penelitian ini. Untuk variabel independennya atau X1, X2, dan X3 terdiri dari : pengaruh sosial, kemudahan, dan hedonisme. Sementara variable dependennya atau Y yaitu penggunaan PayLater.

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Tujuannya untuk mengetahui korelasi antara variabel dengan mengumpulkan dan menganalisis data numerik. Agar memudahkan dalam menganalisis, gejala dari temuan observasi diubah menjadi angka. Maka dari itu penelitian ini bertujuan juga menggambarkan hasil penelitian menggunakan angka yang dapat menggambarkan karakteristik objek penelitian.

B. Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Penelitian

Lokasi yang akan dilakukan pada penelitian ini adalah di Yogyakarta. Khususnya para mahasiswa Generasi Z dengan kelahiran antara 1997-2012. Sedangkan waktu pelaksanaan yang dilakukan dalam penelitian ini pada bulan Februari 2024 hingga selesai, mencakup tahap perencanaan, pengumpulan data, analisis dan penyusunan laporan.

C. Objek Penelitian

Objek adalah fokus utama dari penelitian dapat berupa konsep, peristiwa, individu, kelompok, atau fenomena lainnya yang menjadi subjek analisis. Maka kemudian peneliti menetapkan objek penelitian ini adalah Generasi Z yang menggunakan PayLater yang fokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi Gen Z dalam menggunakan layanan PayLater dalam perspektif islam.

D. Populasi dan Sampel

Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah generasi Z khususnya mahasiswa di kampus islam yang ada di Yogyakarta seperti (UII, UMY, UAD, dan UIN Sunan Kalijaga). Alasan menggunakan kelompok ini, karena mahasiswa Generasi Z, merupakan dominan pengguna PayLater dan sering bertransaksi belanja online dan kiranya sudah terbiasa dalam melakukan pembelian atau pembayaran digital dan

memilih kampus islam karena berubungan dengan perseptif islamnya. Sehingga dengan melihat kota Yogyakarta dengan kampus islam yang banyak maka peneliti mengambil populasi penelitian ini difokuskan mahasiswa kampus islam Yogyakarta.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan memilih anggota populasi berdasarkan kriteria atau *teknik sampling*. *Teknik sampling* pada penelitian ini adalah *purposive sampling*, kriteria sampel yang telah ditentukan oleh peneliti sesuai dengan tujuan penelitian dengan itu kriteria sampel nya antara lain:

1. Mahaiswa Yogyakarta (UII, UAD, UMY dan UIN Sunan Kalijaga).
2. Berada dalam rentang usia Generasi Z (1997-2012).
3. Menggunakan PayLater.

Kusioner online akan dibagikan pada mahasiswa Gen Z dan pengguna payLater melalui media sosial dan berbagai metode lainnya yang memungkinkan untuk menyebarkan kusioner.

E. Sumber data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data Primer dan data sekunder. Data diambil langsung dari responden mahasiswa Generasi Z (1997-2012) yang menggunakan layanan PayLater. sumber data tersebut digunakan untuk melengkapi dan memastikan relevansi penelitian yang dilakukan.

a. Data primer

Data primer yaitu data yang dikumpulkan langsung dari responden melalui kusioner. Teknik ini dilakukan dengan mengumpulkan data melalui serangkaian pertanyaan yang diajukan kepada responden. Kusioner tersebut disebarakan secara online menggunakan Google Form kepada mahasiswa Yogyakarta Generasi Z yang menggunakan PayLater. Responden diminta untuk menjawab pertanyaan yang disampaikan melalui formulir tersebut.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan dan dipublikasikan oleh pihak lain. Data sekunder yang akan digunakan pada penelitian ini adalah

data publikasi berupa jurnal, berita, buku dan dokumen terkait penelitian.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan dua metode pengumpulan data, yaitu kusioner dan studi kepustakaan. Kusioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan kepada responden untuk dijawab. Studi kepustakaan dilakukan dengan mencari data atau informasi penelitian melalui jurnal ilmiah, buku, dan publikasi terkait. Dalam penelitian ini juga menggunakan *continuous rating scale* untuk mengajukan pertanyaan kepada responden.

G. Definisi Operasional dan Pengukuran Indikator Variabel

1. Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan variabel penggunaan PayLater.

2. Variabel independen

Variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen. Terdapat 3 variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pengaruh sosial (X1), kemudahan (X2), dan hedonisme (X3).

tabel 3. 1 Definisi Operasional

NO	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
1	Penggunaan PayLater (Y)	Orang yang menggunakan layanan keuangan paylater untuk membeli barang atau jasa secara mencicil.	1. Lama penggunaan 2. Intensitas penggunaan 3. Kepuasan dengan produk

2	Pengaruh Sosial (X1)	Pengaruh sosial merupakan proses dimana individu dipengaruhi atau mengambil keputusan oleh orang lain.	1. Komformitas 2. Kepatuhan 3. Kekuatan sosial
3	Kemudahan (X2)	Kemudahan ini merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan konsumsi.	1. Kemudahan dalam mengoperasikan atau digunakannya 2. Kemudahan dalam bertransaksi 3. Kemudahan dalam memperoleh sesuatu yang diinginkan
4	Hedonisme (X3)	Hedonisme adalah pandangan hidup yang beranggapan bahwa kebahagiaan seseorang tercapai dengan mengejar sebanyak mungkin kenikmatan dan sebisa mungkin	1. Pembelian produk karena adanya hadiah/bonus 2. Pembelian karena produk menarik

		menghindari rasa sakit atau penderitaan.	3. Membeli produk untuk mengikuti trend 4. Membeli produk tidak berdasarkan kebutuhan dan nilai guna 5. Membeli hanya untuk tanda status 6. Penggunaan produk karena ambassador yang disukai 7. Adanya pemikiran barang dengan harga tinggi meningkatkan kepercayaan diri 8. Mencoba lebih dari dua produk namun merk yang berbeda
--	--	--	---

H. Instrumen Penelitian yang Digunakan

Untuk mengukur, mengumpulkan data, dan menganalisis temuan penelitian, instrument penelitian digunakan.

a. Kuesioner

Kuesioner merupakan alat utama yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini. Salah satu cara untuk meminta responden mengisi survei adalah dengan menggunakan kuesioner. Untuk memperoleh informasi yang diperlukan bagi peneliti dalam menganalisis data yang diperoleh, alat ini meminta responden untuk mengisi serangkaian pertanyaan.

b. Continuous Rating Scale

Mendefinisikan skala penilaian berkelanjutan sebagai skala yang memiliki dua pilihan jawaban yang terpolarisasi, seperti “sangat tidak setuju” dan “tidak yakin”, atau “senang” dan “sedih”. Rentang standar untuk skala ini adalah dari 1 hingga 10. Harap tunjukkan angka mana yang paling menggambarkan respons anda. Berikut adalah cara pemberian skor pada continuous rating scale:

tabel 3. 2 Contoh Skoring Jawaban Kuesioner Penelitian

No	Kemudahan	Jawaban									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Saya sering menggunakan PayLater untuk berbelanja online										

Untuk mengukur variabel, terdapat banyak indikator. Indikator yang digunakan dalam instrument penelitian, yang diambil dari sejumlah penelitian sebelumnya, digunakan untuk mengukur variable berikut: Kemudahan, Pengaruh Sosial, dan Hedonisme terhadap penggunaan PayLater. Berikut kisi-kisi instrument

tabel 3. 3 kisi-kisi instrument

No	Variabel	Indikator	No Pertanyaan
1	Penggunaan PayLater	Lama penggunaan	1-2
		Intensitas penggunaan	3-4
		Kepuasan dengan produk	5-7
2	Pengaruh Sosial	Komformitas	8-9
		Kepatuhan	10-11
		Kekuatan sosial	12-13
3	Kemudahan	Kemudahan dalam mengoperasikan atau menggunakannya	14-15
		Kemudahan dalam bertransaksi	16-17
		Kemudahan dalam memperoleh sesuatu yang diinginkan	18-19
4	Hedonisme	Pembelian produk karena adanya hadiah/bonus	20-21
		Pembelian karena produk menarik	22-23
		Membeli produk untuk mengikuti trend	24-25
		Membeli produk tidak berdasarkan kebutuhan dan nilai guna	26-27
		Membeli hanya untuk tanda status	28-29

		Penggunaan produk karena ambassador yang disukai	30-31
		Adanya pemikiran barang dengan harga tinggi meningkatkan kepercayaan diri	32-33
		Mencoba lebih dari dua produk namun merk yang berbeda	34-35

I. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data digunakan dalam penelitian bertujuan untuk memecahkan permasalahan maupun menemukan solusi dari permasalahan yang ada. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linear berganda.

1. Uji Validitas dan Realibilitas

Kusioner diuji validitasnya untuk memastikan bahwa instrument yang digunakan benar-benar mengukur aspek yang dimaksud, sedangkan uji reabilitas bertujuan untuk menilai sejauh mana instrument tersebut konsisten dan dapat dipercaya. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan melalui analisis korelasi. Membandingkan nilai r hitung dengan r tabel dan nilai signifikansi (sig.) $<0,05$.

tabel 3. 4 Uji Validitas

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Penggunaan PayLater	PL1	0,740	0,186	Valid
	PL2	0,760	0,186	Valid
	PL3	0,803	0,186	Valid

	PL4	0,841	0,186	Valid
	PL5	0,325	0,186	Valid
	PL6	0,642	0,186	Valid
	PL7	0,406	0,186	Valid
Pengaruh Sosial	PS1	0,727	0,186	Valid
	PS2	0,854	0,186	Valid
	PS3	0,849	0,186	Valid
	PS4	0,854	0,186	Valid
	PS5	0,555	0,186	Valid
	PS6	0,854	0,186	Valid
Kemudahan	K1	0,627	0,186	Valid
	K2	0,451	0,186	Valid
	K3	0,701	0,186	Valid
	K4	0,649	0,186	Valid
	K5	0,675	0,186	Valid
	K6	0,694	0,186	Valid
Hedonisme	H1	0,723	0,186	Valid
	H2	0,734	0,186	Valid
	H3	0,846	0,186	Valid
	H4	0,804	0,186	Valid
	H5	0,874	0,186	Valid
	H6	0,870	0,186	Valid
	H7	0,844	0,186	Valid
	H8	0,842	0,186	Valid
	H9	0,866	0,186	Valid
	H10	0,859	0,186	Valid
	H11	0,863	0,186	Valid
	H12	0,838	0,186	Valid
	H13	0,816	0,186	Valid
	H14	0,821	0,186	Valid

	H15	0,866	0,186	Valid
	H16	0,775	0,186	Valid

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan hasil uji validitas, seluruh item pernyataan pada masing-masing variabel dinyatakan valid karena memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel (0,186). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan dalam kuisioner layak digunakan sebagai alat ukur dalam pengumpulan data penelitian ini.

sementara uji reabilitas dilakukan menggunakan skala pada perangkat statistic SPSS versi 27. Sebuah item dinyatakan valid apabila nilai signifikansi atau lebih besar dari 0,60. Setelah memastikan dan diketahui bahwa semua pernyataan sesuai untuk dapat digunakan sebagai instrument penelitian, pengujian reabilitas pun dapat dilakukan. Uji reabilitas menghasilkan hasil sebagai berikut:

tabel 3. 5 Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Kriteria	Keterangan
Penggunaan PayLater (Y)	0,853	0,60	Reliabel
Pengaruh Sosial (X1)	0,909	0,60	Reliabel
Kemudahan (X2)	0,918	0,60	Reliabel
Hedonisme (X3)	0,974	0,60	Reliabel

Sumber: Output SPSS terlampir

Berdasarkan hasil uji reabilitas, seluruh variabel pernyataan dinyatakan reliabel karena nilai Cronbach Alpha masing-masing lebih besar dari 0,60 maka semua variabel pernyataan telah ditetapkan reliabel. Hal ini menunjukkan bahwa instrument yang digunakan memiliki konsistensi

internal yang baik, sehingga layak digunakan dalam pengukuran data penelitian.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda adalah model regresi linear yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas. Menurut sugiyono (2013), analisis regresi linear berganda dapat digunakan untuk memprediksi perubahan variabel dependen, Ketika dua atau lebih variabel independent bertindak sebagai faktor prediktor yang dimanipulasi. Dalam hal ini, terdapat tiga variabel independent dan satu variabel dependen yang di uji menggunakan aplikasi SPSS versi 27. Oleh karena itu, regresi linear berganda dapat dinyatakan dalam persamaan matematika sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Ket :

Y	= Variabel Terikat.
X ₁ ,X ₂ ,X ₃	= Variabel Bebas
a	= Konstanta
b ₁ ,b ₂ ,b ₃	= Koefisien Regresi
e	= Variabel Pengganggu.

3. Uji Asumsi Klasik

Model regresi linear berganda dianggap baik jika telah memenuhi asumsi-asumsi klasik statistik berikut :

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah variabel dependen, variabel independent, atau keduanya mengikuti distribusi normal. Pada penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* untuk mengevaluasi apakah data berdistribusi normal. Data dianggap berdistribusi normal jika nilai p-value lebih besar atau sama

dengan tingkat signifikansi (α) yang telah ditentukan, biasanya $\alpha = 0,05$. Dalam pengujian hipotesis, jika p-value lebih besar atau sama dengan 0,05 maka tidak ada cukup bukti untuk menolak hipotesis nol, sehingga data dianggap berdistribusi normal. Sebaliknya, jika p-value kurang dari 0,05, maka terdapat cukup bukti untuk menolak hipotesis nol, dan data dianggap tidak berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara variabel independen dalam model regresi penelitian. Tidak hanya korelasi antara variabel independen dapat meningkatkan kualitas model regresi. Salah satu cara untuk mengevaluasi multikolinearitas adalah dengan menggunakan Variance Inflation factor (VIF). Metode VIF digunakan untuk mengukur seberapa besar varian koefisien regresi dari suatu variabel independen dipengaruhi oleh hubungan dengan variabel independen lainnya. Jika nilai toleransi lebih besar dari 0,10 atau VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas antara variabel-variabel independen.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan pelanggaran ketika varian residual tidak homogen. Solusinya hanya dapat dengan melihat p-value lebih dari α (0,05). Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mendeteksi adanya ketidaksamaan variabel residual diantara pengamatan dalam model regresi.

Dalam penelitian ini, uji Glejser digunakan untuk menentukan apakah model regresi terjadi heteroskedastisitas. Dapat diketahui bahwa jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka tidak terjadi heteroskedastisitas akan tetapi, jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mendeteksi adanya hubungan antara nilai-nilai berurutan dari variabel yang sama. Autokorelasi terjadi apabila gangguan pada suatu periode memiliki korelasi dengan gangguan pada periode lainnya. Untuk mengidentifikasi keberadaan autokorelasi, dapat digunakan uji Durbin-Watson (DW test) dengan kriteria $du < DW < 4 - du$.

5. Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji F digunakan untuk menentukan apakah model yang diterapkan sesuai atau tidak. Kriteria untuk uji F adalah tingkat signifikansi 5%. Jika nilai signifikansi F kurang dari 0,05 maka model dianggap sesuai.

6. Uji T (Parsial)

Uji T (parsial) ini untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel independen secara sendiri-sendiri terhadap variabel dependennya. Digunakan untuk menentukan apakah variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. pengujian ini membandingkan nilai t hitung dengan t tabel atau menggunakan tingkat signifikansi 0,05 (5%) serta nilai koefisien yang diperoleh.

Jika nilai $\text{sig} < 0,05$ dan nilai koefisien (β) terpenuhi maka hipotesis gagal tolak sedangkan, jika nilai $\text{sig} > 0,05$ namun nilai koefisien (β) tidak terpenuhi maka hipotesis ditolak.

7. Uji koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur dan memprediksi sejauh mana kontribusi atau pengaruh yang diberikan oleh variabel independent secara kolektif terhadap variabel dependen. seberapa berpengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi berkisar antara 0 hingga 1. Dikatakan variabel independen sangat efektif dalam menyediakan informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi pada variabel dependen, jika nilai koefisien determinasi yang disesuaikan ($\text{Adj. } R^2$) mendekati 1

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

I. Gambaran Umum PayLater

a. PayLater

PayLater merupakan sebuah metode pembayaran yang memungkinkan para konsumen untuk membeli barang atau jasa sekarang dan membayarnya di kemudian hari, baik secara penuh maupun mencicil. PayLater termasuk salah satu inovasi dalam dunia keuangan digital. Layanan ini banyak ditawarkan oleh platform e-commerce, fintech, maupun aplikasi transportasi digital seperti Shoppe, Tokopedia, Gojek, Traveloka, dan lainnya.

PayLater menjadi alternatif pembayaran yang diminati oleh masyarakat, terutama generasi muda seperti Gen Z karena proses pengajuannya yang cepat, tidak memerlukan kartu kredit, dan relative mudah diakses.

Akan tetapi, meskipun memberikan kemudahan, penggunaan PayLater juga memiliki risiko financial, terutama jika tidak dibersamai dengan pengelolaan keuangan yang bijak. Kecenderungan membeli barang yang bersifat keinginan (bukan kebutuhan) dapat mendorong perilaku konsumtif yang kurang sehat, apalagi di kalangan mahasiswa yang belum memiliki penghasilan tetap.

Dalam perspektif islam, penggunaan PayLater perlu diperhatikan dari aspek kehalalan akad dan keterhindaran dari riba. Jika dalam prosesnya terdapat tambahan biaya (bunga) yang dikenakan karena penundaan pembayaran atau cicilan, maka hal ini masuk dalam kategori riba nasi'ah yang dilarang dalam syariat islam. Oleh karenanya, penting bagi konsumen muslim untuk memahami ketentuan akad dalam islam serta mempertimbangkan kemampuan finansial sebelum menggunakan fasilitas semacam ini.

b. Data jumlah pengguna PayLater

Penggunaan PayLater di Indonesia meningkat selama beberapa tahun ini. Beberapa faktor terhadap hal ini yaitu karena semakin banyaknya orang yang melek pada teknologi digital dan ketersediaan platform menggunakan metode PayLater. Terutama generasi muda sekarang yang semakin dikenalkan oleh berbagai teknologi yang canggih, tidak salah jika generasi muda tersebut mengetahuinya.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyatakan bahwa pinjaman melalui layanan Buy Now PayLater (BNPL) mencapai Rp 26,37 triliun per agustus 2024. Dan pinjaman BNPL tersebut terus berkembang pesat dimana debit kredit BNPL tumbuh 40,68% per agustus 2024. Dan peraturan BNPL masih dalam pembahasan, berfokus pada persyaratan bagi perusahaan pembiayaan yang menyediakan layanan BNPL, kepemilikan sistem informasi, catatan audit. Salah satu pendorongnya yaitu karena kemudahan akses.

II. Hasil Pengumpulan Data

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa UII, UAD, UIN SUKA, dan UMY dalam menggunakan PayLater. Kuisisioner dialurkan secara online dengan menggunakan google form yang ditunjukkan kepada para mahasiswa aktif Yogyakarta tersebut yang rentang usia 18-25 tahun yang memiliki dan pernah menggunakan PayLater pada platform manapun. Kuisisioner mulai disebar pada tanggal 23 Mei 2025 dan ditutup pada tanggal 25 Mei 2025. Total jawaban kuisisioner yang diperoleh adalah sebanyak 110 responden.

III. Karakteristik Responden

Berikut adalah karakteristik dalam penelitian ini, yang dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, universitas, rata-rata pengeluaran rutin, platform PayLater yang digunakan, nilai PayLater yang didapatkan, nilai PayLater yang pernah digunakan, dan PayLater digunakan untuk apa. Berikut adalah ringkasan detail mengenai karakteristik responden.

A. Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan hasil penelitian pada jenis kelamin adalah sebagai berikut:

tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-laki	18	16,36%
Perempuan	92	83,64%
Total	110	100%

Sumber: data primer, olah data 2025

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin responden, sebagian besar ialah perempuan yaitu 92 responden (83,64%).

B. Usia Responden

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dideskripsikan karakteristik responden berdasarkan Usia Responden yaitu sebagai berikut :

tabel 4. 2 Usia Responden

Kategori	Jumlah	Presentase
18 tahun	1	0,91%
19-21 tahun	33	30,00%
22-24 tahun	73	66,36%
25-27 tahun	3	2,73%
28 tahun	0	0,00%
Total	110	100%

Sumber : data primer di olah 2025

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa karakteristik berdasarkan usia responden dalam skala Gen Z sebagian besar pada kategori 22-24 tahun yaitu 73 responden (66,36%).

C. Asal Universitas

Berdasarkan hasil penelitian dapat dideskripsikan karakteristik responden berdasarkan asal universitas yaitu sebagai berikut:

tabel 4. 3 Asal Universitas

Universitas	Jumlah	Presentase
Universitas Islam Indonesia	37	33,64%
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	38	34,55%
Universitas Ahmad Dahlan	13	11,82%
UIN Sunan Kalijaga	22	20,00%
Total	110	100%

Sumber: data primer, diolah 2025

Sesuai dengan tabel tersebut dapat diketahui bahwa berdasarkan asal universitas sebagian besar yaitu Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan jumlah responden 38 orang (34,55%).

D. Rata – Rata Pengeluaran Responden dalam Memenuhi Kebutuhan Sehari – hari

Berdasarkan hasil penelitian karakteristik responden dengan rata-rata pengeluaran responden dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari dapat diketahui sebagai berikut :

tabel 4. 4 Rata-rata Pengeluaran Responden dalam Memenuhi Kebutuhan Sehari-hari

Pengeluaran	Jumlah	Presentase
< Rp 1.000.000	36	32,73%
Rp 1.000.000 – RP 2.000.000	42	38,18%
Rp 2.000.001 – Rp 3.000.000	22	20,00%
Rp. 3.000.001 – Rp 4.000.000	4	3,64%
>Rp 5.000.000	6	5,45%
Total	110	100%

Sumber : data primer olah data 2025

Sesuai dengan data diatas dapat diketahui bahwa rata – rata pengeluaran rata – rata responden dalam memenuhi kebutuhannya sebagian besar pada jumlah pengeluaran Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000 dengan jumlah responden 42 orang (38,18%).

E. Platform PayLater yang di pakai oleh Responden

Berdasarkan hasil penelitian karakteristik responden pada Platform PayLater yang di pakai oleh Responden dapat diketahui sebagai berikut :

tabel 4. 5 Platform PayLater yang di pakai oleh Responden

Platform PayLater	Jumlah	Presentase
Shopee PayLater	108	87,8%
Tiktok Paylater	13	10,6%
GoPay PayLater	11	8,9%
Kredivo Paylater	4	3,3%
Traveloka Paylater	2	1,6%
Akulaku Paylater	4	3,3%
Home Credit	2	1,6%
Lainnya	8	6,5%

Sumber : data primer di olah 2025

Berdasarkan data diatas dengan kategori responden dapat memilih lebih dari satu yang sesuai dengan PayLater apa saja yang di pakai oleh responden maka dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memakai Shopee Paylater dengan peroleh jumlah 108 (87,8%).

F. Nilai PayLater yang pernah di dapatkan oleh Responden

Berdasarkan hasil penelitian karakteristik responden pada nilai PayLater yang pernah di dapatkan dapat diketahui sebagai berikut :

tabel 4. 6 Nilai PayLater yang pernah di dapatkan oleh Responden

Nilai PayLater	Jumlah	Presentase
<Rp 750.000	46	41,82%
Rp 750.000 – Rp 1.000.000	28	25,45%
Rp. 1.000.001 – Rp 2.000.000	9	8,18%
Rp 2.000.001 – Rp 3.000.000	10	9,09%
Rp 3.000.001 – Rp 4.000.000	2	1,82%
Rp 4.000.001 – Rp 5.000.000	1	0,91%
>Rp 5.000.000	14	12,73%
Total	110	100%

Sumber : data primer diolah 2025

Sesuai dengan hasil penelitian tersebut dari karakteristik responden pada nilai PayLater yang di dapatkan sebagian besar yaitu kurang dari Rp.750.000.00 dengan jumlah responden 46 orang (41,82%).

G. Nilai PayLater yang pernah digunakan oleh Responden

Berdasarkan hasil penelitian, karakteristik responden pada nilai PayLater yang pernah digunakan oleh responden sebagai berikut:

tabel 4. 7 Nilai PayLater yang pernah digunakan oleh responden

Nilai PayLater yang pernah digunakan	Jumlah	Presentase
<Rp 100.000	27	24,55%
Rp 100.000 – Rp 500.000	45	40,91%

Rp 500.001 – Rp 1.000.000	18	16,36%
Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000	9	8,18%
Rp 1.500.001 – Rp 2.000.000	4	3,64%
Rp 2.000.001 – Rp 2.500.000	0	0,00%
Rp 2.500.001 – Rp 3.000.000	2	1,82%
>Rp 3.000.000	5	4,55%
Total	110	100%

Sumber : data primer olah data 2025

Sesuai dengan hasil penelitian tersebut dapat di ketahui bahwa karakteristik responden pada nilai PayLater yang pernah digunakan oleh responden sebagian besar pada angka Rp 100.000 – Rp 500.000 dengan responden 45 orang (40,91%).

H. Penggunaan PayLater pada Responden

Berdasarkan hasil penelitian berikut penggunaan PayLater oleh responden sebagai berikut :

tabel 4. 8 Penggunaan PayLater pada Responden

Penggunaan PayLater	Jumlah	Presentase
Kebutuhan sehari-hari (makanan, minuman, dll)	33	26,8%
Pembelian fashion atau pakaian	42	34,1%
Pembelian barang elektronik atau gadget	17	13,8%

Pembayaran tagihan (listrik,air,pulsa dll)	9	7,3%
Keperluan darurat	39	31,7%
Hanya untuk memanfaatkan promo atau diskon	41	33,3%
lainnya	9	7,3%

Sumber : data primer olah data 2025

Dari hasil penelitian tersebut yang dapat dipilih oleh responden lebih dari 1 kali maka sebagian besar responden menggunakan PayLater untuk Pembelian Fashion atau pakaian dengan jumlah responden sebanyak 42 voting (34,1%).

IV. Analisis Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji ini bertujuan untuk menentukan apakah data hasil pengamatan mengikuti distribusi normal atau tidak, dengan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

tabel 4. 9 Uji Normalitas

Variabel	Sig	Batas	Keterangan
Unstandar Residual	0.072	>0.05	Normal

Sumber : output SPSS terlampir

Menurut tabel diatas hasil penelitian dapat diketahui bahwa nilai *asympt.sig* senilai $0.072 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Salah satu asumsi utama dalam model regresi linier klasik adalah bahwa gangguan (distribance) yang muncuk dalam model memiliki sifat homoskedastisitas, yang mana artinya seluruh gangguan tersebut memiliki

varian yang konstan atau sama. Hasil uji heteroskedasitas dapat dinilai pada tabel berikut:

tabel 4. 10 Uji Heteroskedasitas

Variabel	Sig	Batas	Keterangan
Pengaruh sosial	0.054	>0.05	Tidak terjadi heteroskedasitas
Kemudahan	0.743	>0.05	Tidak terjadi heteroskedasitas
Hedonisme	0.082	>0.05	Tidak terjadi heteroskedasitas

Sumber : Output SPSS terlampir

Tabel diatas dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa pengaruh sosial memiliki nilai sig. 0,054 meskipun mendeati 0,05 masi berada diatas batas sehingga dikatakan tidak terjadi heteroskedasitas, sama seperti variabel kemudahan dengan nilai sig. 0,743 jauh diatas 0,05 artinya varian residual pada variabel ini stabil dan tidak terjadi juga heteroskedasitas, dan variabel akhir yaitu hedonisme memiliki nilai sig. 0,082 sama seperti sebelumnya bahwa nilai tersebut diatas 0,05 sehingga tidak terjadi juga heteroskedasitas. Dengan demikian variabel yang diajukan dalam penelitian tidak terjadi heteroskedasitas.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan atau korelasi antara variabel bebas dalam model regresi. Model regresi yang ideal seharusnya tidak menunjukkan adanya korelasi antar variabel bebas. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas dapat digunakan nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan nilai tolerance (α). Berikut hasil penelitian uji multikolinearitas:

tabel 4. 11 Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Pengaruh Sosial	0.386	2.590	Tidak terjadi multikolinieritas
Kemudahan	0.575	1.739	Tidak terjadi multikolinieritas

Hedonisme	0.331	3.024	Tidak terjadi multikolinieritas
-----------	-------	-------	---------------------------------

Sumber : Output SPSS terlampir

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa seluruh variabel independent yaitu pengaruh sosial, kemudahan, dan hedonisme memiliki nilai tolerance $>0,10$ dan VIF < 10 . Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas dalam model regresi yang digunakan.

Secara khusus, variabel pengaruh sosial memiliki nilai tolerance sebesar 0,386 dan VIF sebesar 1,739 sementara variabel hodenisme memiliki tolerance sebesar 0,331 dan VIF sebesar 3,024. Seluruh nilai ini berada dalam tengah batas yang diterima yaitu tolerance diatas 0,10 dan VIF dibawah 10, secara statistik menunjukkan bahwa hubungan antar variabel independent tidak saling memoengaruhi secara kuat. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini bebas dari masalah multikolinearitas.

d. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)

Dalam model regresi linier berganda, pengujian dilakukan baik secara simultan melalui uji f maupun secara parsial dengan uji t. ketentuan dalam uji signifikansi F dan t adalah sebagai berikut:

Hipotesis alternative (H_a) diterima apabila nilai probabilitas (p) $\leq 0,05$, yang berarti bahwa variabel independent secara simultan maupun parsial memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Berikut adalah hasil analisis regresi linear berganda yang telah dilakukan:

tabel 4. 12 Uji Hipotesis

Variabel	B	t hitung	Sig t	Keterangan
(Constant)	8.179	2.852	0.005	
Pengaruh Sosial	0.339	0.103	0.001	Signifikan
Kemudahan	0.322	0.073	0.000	Signifikan
Hedonisme	0.109	0.037	0.004	Signifikan
F hitung	128.816			
Sig F	0.000			

Adjusted R Square	0.779			
-------------------	-------	--	--	--

Sumber : Output SPSS terlampir

Berdasarkan tabel diatas perhitungan regresi linear berganda yang dihitung menggunakan SPSS versi 27 didapat hasil sebagai berikut:

$$Y = 8,179 + 0,339X_1 + 0,322X_2 + 0,109X_3$$

1. Nilai konstanta 8,179 yang mana jika variabel independent yaitu pengaruh sosial, kemudahan, dan hedonism bernilai nol, maka nilai variabel dependen yaitu Penggunaan PayLater (Y) diperkirakan 8,179
2. Pada Pengaruh Sosial (X1) bernilai 0,339 dimana setiap peningkatan 1 satuan dalam variabel Pengaruh Sosial akan meningkatkan Y sebesar 0,339 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap.
Sig t = 0,001 < 0,05 artinya signifikan
3. Pada variabel Kemudahan (X2) yang bernilai 0,332 dimana setiap peningkatan 1 satuan dalam Kemudahan akan meningkatkan Y sebesar 0,322 satuan.
Sig t = <0,001 < 0,05 dan itu berarti signifikan
4. Pada variabel Hedonisme (X3) yang bernilai 0,109 dimana setiap peningkatan 1 satuan dalam Hedonisme akan meningkatkan Y sebesar 0,109 satuan.
Sig t = 0,004 < 0,05 dan itu berarti signifikan

e. Pengujian hipotesis parsial (Uji t)

Uji parsial bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara variabel independent dengan variabel dependen.

- a. Pengaruh Sosial terhadap Penggunaan Paylater

Ho: Pengaruh Sosial tidak berpengaruh terhadap Penggunaan PayLater.

Ha: Pengaruh Sosial berpengaruh positif terhadap Penggunaan PayLater.

Maka:

H₀ ditolak dan H_a diterima karena nilai Signifikansi menunjukkan lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,001 yang artinya Pengaruh Sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap Penggunaan PayLater (Y)

b. Kemudahan terhadap penggunaan PayLater

H₀: Kemudahan tidak berpengaruh terhadap Penggunaan PayLater

H_a: Kemudahan berpengaruh positif terhadap Penggunaan PayLater

Maka:

H₀ ditolak dan H_a diterima karena variabel kemudahan memiliki nilai signifikansi sebesar $< 0,001$ dimana jauh lebih kecil dari 0,05 yang artinya Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan PayLater

c. Hedonisme terhadap Penggunaan PayLater

H₀: Hedonisme tidak berpengaruh terhadap Penggunaan PayLater

H_a: Hedonisme berpengaruh positif terhadap Penggunaan PayLater

Maka:

H₀ ditolak dan H_a diterima karena variabel Hedonisme memiliki nilai signifikansi sebesar 0,004 yang mana lebih kecil dari 0,05 sehingga Hedonisme berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan PayLater

f. Pengujian Simultan (F)

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel Pengaruh Sosial (X₁), Kemudahan (X₂), dan Hedonisme (X₃) terhadap variabel Penggunaan PayLater (Y) secara simultan (bersama-sama). Jadi uji F dilakukan dengan membandingkan nilai Sig. dan $\alpha = 0,05$. Dan apabila nilai $F < 0,05$ dapat diartikan bahwa variabel independent memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen, begitupun sebaliknya.

H₀: Pengaruh sosial, kemudahan, dan hedonisme secara simultan tidak berpengaruh terhadap penggunaan PayLater.

H_a: Pengaruh sosial, kemudahan, dan hedonism secara simultan berpengaruh positif terhadap penggunaan PayLater.

Maka:

F bernilai 128,816 dan Sig <0,001 dimana nilai signifikansi kurang dari 0,05 sehingga H_0 ditolak, artinya ketiga variabel pengaruh sosial, kemudahan, dan hedonisme secara simultan berpengaruh terhadap penggunaan PayLater.

g. Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Uji R^2 (koefisien determinan) pada penelitian bertujuan untuk mengevaluasi seberapa besar hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini didasarkan pada nilai koefisien determinasi (R Square atau R^2). Semakin tinggi nilai R^2 maka semakin besar juga kontribusi variabel independent terhadap variabel dependen juga semakin besar.

Karena Adjusted R Square bernilai 0,779 maka dengan nilai persenan yaitu 77,9% variabel dependen adalah penggunaan PayLater dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen yaitu Pengaruh sosial, kemudahan, dan hedonism dalam model. Sisanya 22,1% dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

V. Pembahasan

A. Pengaruh sosial berpengaruh terhadap Penggunaan PayLater

Hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa nilai probabilitas sebesar 0,001 < 0,05. Nilai tersebut menandakan bahwa hipotesis diterima, sehingga Pengaruh Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan PayLater. Artinya semakin besar pengaruh lingkungan sosial, baik teman sebaya, keluarga, maupun influencer maka semakin besar juga kemungkinan seseorang untuk melakukan pembelian pada PayLater ataupun menjadi pengguna baru PayLater.

Kehidupan seseorang tidak bisa dilepaskan dari kehidupan sosial, dimana manusia sebagai makhluk sosial yang artinya manusia yang bergantung pada manusia lain membutuhkan komunikasi, kerjasama dan hubungan dengan orang lain untuk tetap bisa hidup. Pengaruh sosial dapat berupa dorongan atau ajakan dari orang-orang terdekat yang telah lebih dulu menggunakan layanan

PayLater, baik dalam bentuk promosi, rekomendasi maupun melalui media sosial yang mereka ikuti. Artinya, mahasiswa yang melihat lingkungan sekitarnya ikut serta ataupun karena rasa ingin tahu dalam memanfaatkan layanan PayLater.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa kemajuan teknologi saat ini mempermudah mahasiswa dalam melakukan transaksi digital. Dorongan dari lingkungan sosial turut mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli produk dengan memanfaatkan fitur tersebut artinya faktor sosial signifikan terhadap pembelian produk dengan PayLater (Baithal et al., 2023). Sama halnya dengan penelitian Fany Fadhila dan Marpaung (2020), bahwa variabel faktor sosial memiliki pengaruh positif, kuat dan signifikan terhadap pengguna PayLater.

Mengacu pada syariat islam, dikarenakan seperti yang disebut sebelumnya bahwa manusia adalah makhluk sosial, yang memerlukan hubungan timbal dengan orang lain dalam hal ekonomi, mencakup kegiatan ekonomi seperti pinjam meminjam, sewa menyewa, jual beli, dll. Islam memberikan pedoman yang jelas bagi manusia dalam menjalankan aktivitas tersebut. Salah satu aspek penting dalam ajaran islam adalah muamalah, yaitu aturan yang mengatur hubungan antar sesama manusia. Tujuan dari muamalah adalah untuk menciptakan hubungan yang baik, harmonis, dan saling menguntungkan di antara para pelakunya, namun praktiknya tidak dapat dipungkiri bahwa ada pihak-pihak tertentu yang ingin mengambil keuntungan sepihak yang mana hal ini berkaitan erat dengan praktik riba.

Dalam islam juga sepakat bahwa pengaruh sosial tidak dapat diabaikan karena manusia diciptakan sebagai makhluk sosial yang hidup berdampingan dan saling memengaruhi. Dalam hadist :

اتَّقِ اللَّهَ حَيْثُمَا كُنْتَ، وَاتَّبِعِ السَّبِيلَ الْحَسَنَةَ تَمَحُّهَا، وَخَالِقِ النَّاسَ بِخُلُقٍ حَسَنٍ

Artinya : bertakwalah di manapun kalian berada, dan ikutilah keburukan dengan kebaikan. Niscaya ia akan menghapus keburukan tersebut. Dan pergaulilah manusia dengan akhlak yang baik. (HR. Imam Tirmidzi).

Hadist diatas terdapat tiga prinsip yaitu bertakwa kepada Allah SWT dimana pun berada, dengan diri sendiri, maupun dengan sesama manusia. Ketiga prinsip ini memiliki kaitan dengan adanya pengaruh sosial, terutama dalam konteks mahasiswa yang hidup di tengah lingkungan yang dinamis. Dalam lingkungan sosial, seseorang rentan terpengaruh oleh gaya hidup teman sebaya dan tren digital. Dengan itu pentingnya menjaga ketakwaan diri sendiri meskipun berada dalam tekanan sosial. Oleh karena itu, jika penggunaan PayLater mendorong mahasiswa untuk bertransaksi secara tidak bijak, mengarah pada gaya hidup yang konsumtif atau mengandung unsur riba maka secara prinsip islam, pengaruh tersebut negatif.

B. Kemudahan berpengaruh terhadap penggunaan paylater

Hasil uji signifikansi menunjukkan nilai probabilitas sebesar $< 0,001 < 0,05$. Nilai tersebut menunjukkan bahwa hipotesis diterima sehingga kemudahan berpengaruh signifikan dan positif terhadap penggunaan paylater. Hal ini mengartikan bahwa semakin mudah suatu layanan paylater digunakan baik dari segi akses, proses pendaftaran dan lain lain, maka semakin tinggi pula kecenderungan seseorang untuk memanfaatkannya dalam aktivitas sehari-hari.

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kemudahan adalah faktor yang sangat signifikan dalam mempengaruhi penggunaan PayLater oleh Gen Z. sama seperti penelitian sebelumnya, dimana kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian pada PayLater pengguna Gen Z (Puspitasari & Chikmiyah, 2024). Di benarkan juga oleh Siti Aisyah dkk (2022) bahwa kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada penggunaan PayLater.

Kemudahan yang ditawarkan oleh layanan PayLater mencakup berbagai fitur seperti pendaftaran yang cepat, persetujuan instan, serta fleksibilitas dalam

pembayaran. Kemudahan teknologi bukan berarti kebebasan tanpa batas. Meskipun demikian, tetap diperlukan penerapan perspektif keseimbangan dalam memanfaatkan layanan PayLater. Dalam ajaran islam, perilaku konsumsi seharusnya lebih mengedepankan aspek dharuriyat (kebutuhan pokok), hajiyyat, dan tahsiniyat. Oleh karena itu penting untuk menanamkan nilai-nilai konsumsi islami dalam kehidupan masyarakat, yaitu prinsip moralitas, prinsip kemurahan hati, dan prinsip kesadaran (Nugroho, 2024). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang sebelumnya bahwa kemudahan berpengaruh terhadap keputusan pembelian penggunaan PayLater (Aisah et al., 2022).

Dalam islam juga terdapat prinsip kemudahan (taysir) sangat dijunjung tinggi sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Quran:

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ ۖ وَلِتُكْمِلُوا الْعِدَّةَ وَلِتُكَبِّرُوا اللَّهَ عَلَىٰ مَا هَدَىٰكُمْ وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

Artinya: Allah menghendaki kemudahan bagimu dan tidak menghendaki kesukaran. Hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu agar kamu bersyukur. (QS. Al-Baqorah: 185)

Ayat diatas meenegaskan bahwa islam mendukung segala bentuk kemudahan selama todak bertentangan dengan prinsip-prinsip Syariah. Kemudahan dalam islam tidak berarti kebebasan tanpa batas. Suatu kemudahan harus tetap berada dalam koridor hukum Syariah, tidak mengandung undur riba (bunga), gharar (ketidakjelasan dan zalim) oleh karena itu ditur PayLater mempermudah para mahasiswa yang menggunakan dalam bertransaksi perlu diperhatikan sistem PayLater. Dengan itu mahasiswa perlu diberi pemahaman bahwa kemudahan dalam transaksinya tidak boleh mengorbanan aspek kehalalan dan keadilan yang menjadi landasan utama dalam islam.

Dikarenakan PayLater ini memiliki sistem yang sebaiknya dihindari yaitu karena adanya sistem riba didalamnya maka sebaiknya untuk tidak diperkenankan untuk menggunakan fitur tersebut walaupun menawarkan

kemudahan yang sangat banyak. Lebih baik menghindar dari pada terperosok. Banyak kontroversi dalam pendapat PayLater ini ada yang mengatakan Asal hukum PayLater boleh selama dilakukan secara prinsip Syariah dan tidak mengandung riba di dalamnya. Dan ada yang mengatakan bahwa benar-benar tidak diperbolehkan karena terdapat riba dari awal. Karena itu baiknya dihindari atau memahami ketentuan Syariah yang berlaku pada PayLater yang akan digunakan.

C. Hedonisme terhadap Penggunaan PayLater

Hasil uji signifikansi nilai probabilitas $0,001 < 0,05$, nilai tersebut menandakan bahwa hipotesis diterima artinya Hedonisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan PayLater. Artinya semakin tinggi kecenderungan gaya hidup hedonis seperti yang ditandai dengan keinginan untuk memperoleh kesenangan, kenyamanan, dan kepuasan secara instan, maka semakin besar pula kemungkinan seseorang menggunakan PayLater tersebut untuk memnuhi keinginan tersebut. Memilih untuk mengedepankan hidup hedonis secara bijak serta dapat membatasi diri tidak berlebih-lebihan saat melakukan tindakan konsumsi ialah suatu kebaikan, akan tetapi faktanya Hedonisme yang berpengaruh terhadap penggunaan PayLater ini mengakui bahwa hedonisme dalam penggunaan PayLater membuat seseorang yang melakukannya menjadi lebih konsumtif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang mana hedonisme berpengaruh terhadap penggunaan PayLater, adakalanya sebaiknya mengutamakan kebutuhan pokok dibandingkan dengan keinginan untuk berbelanja (Uke Prajogo et al., 2024), terkhusus untuk Gen Z yang dikenal dengan gengsinya yang besar. Di benarkan juga pada penelitian Siti Marisa Bila dan Marlina (Bila & Marlina, 2024) bahwa gaya hidup hedonisme berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pengguna PayLater.

Gaya hidup islami belum sepenuhnya menjadi pedoman utama dalam perilaku konsumsi masyarakat, khususnya dalam konteks penggunaan

PayLater. Jadi meskipun seseorang memiliki pengetahuan atau pemahaman terhadap prinsip hidup islami hal tersebut belum tentu tercermin dalam tindakan konsumsi yang sesuai dengan nilai-nilai Syariah. Walaupun islam tidak melarang umatnya untuk menikmati kehidupan dunia akantetapi tetap ada batasannya, tidak boros dan tidak melanggar syariat.

Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an:

وَأْتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تَبْذُرْ تَبْذِيرًا ﴿٢٦﴾ إِنَّ الْمُبْذِرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ

وَمَا كَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ ۖ كَفُورًا ﴿٢٧﴾

Artinya : Dan berikanlah haknya kepada kerabat dekat, juga kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara setan (QS. Al-Isra':26-27)

Ayat diatas mengingatkan agar umat islam tidak bersifat konsumtif dan berlebihan termasuk dalam penggunaan fasilitas PayLater tersebut yang dapat memicu perilaku boros dan gaya hidup tidak sehat secara finansial. Oleh karena itu, meskipun penggunaan PayLater menjadi lebih karena didorong oleh aspek hedonis, secara normatif islam menekankan perlunya pengendalian diri dan prinsip kehati-hatian (ihtiyath). Karena itu pengaruh ini patut diwaspadai karena dapat mendorong gaya hidup konsumtif dan praktik finansial yang menjauh dari prinsip Syariah.

D. Hasil Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengaruh sosial, kemudahan, dan hedonisme secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan PayLater di kalangan mahasiswa Gen Z. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin besar pengaruh dari lingkungan sosial, semakin mudah akses layanan keuangan,

serta semakin kuat dorongan konsumtif, maka kecenderungan mahasiswa menggunakan PayLater juga meningkat.

Namun secara realistis, hal ini menunjukkan adanya ketidakseimbangan antara perilaku konsumsi dan kondisi keuangan responden, mengingat mayoritas dari responden yaitu mahasiswa yang belum mempunyai penghasilan tetap, hanya mengandalkan uang saku dari orang tua, dan pada hasil penelitian menunjukkan bahwa presentase terbesar dari penggunaan PayLater digunakan untuk membeli pakaian atau fashion, yang bukan termasuk kebutuhan primer. Sebaiknya mengutamakan kebutuhan bukan keinginan.

Dalam perspektif islam, hal ini menjadi perhatian serius, selain ada yang mengatakan bahwa adanya riba di dalamnya, islam pun mengajarkan prinsip keseimbangan dalam konsumsi, kehati-hatian dalam berutang, serta penghindaran terhadap perilaku boros (*Israf*). Karenanya sebaiknya dihindari atau tidak digunakan. Kiranya mahasiswa diharapkan agar lebih bijak dan bertanggung jawab dalam memanfaatkan fitur PayLater. Dan terkhusus untuk muslim agar kiranya mempertimbangkan secara matang sebelum menggunakan layanan tersebut. Apalagi tanpa penghasilan tetap. Islam melarang praktik riba dan menekankan kehati-hatian agar tidak terjebak dalam kondisi keuangan yang tidak baik.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari analisis data dan pembahasan selanjutnya adalah:

1. Pengaruh sosial berpengaruh terhadap penggunaan PayLater. Pengaruh sosial memiliki peran penting dalam membentuk keputusan sebagian mahasiswa Gen Z dalam menggunakan layanan PayLater, karena mahasiswa cenderung menyesuaikan perilaku konsumsi mereka dengan lingkungan sosial baik dari teman sebaya maupun media sosial. Meskipun demikian dalam perspektif islam pengaruh sosial seharusnya tetap disaring dengan nilai-nilai Syariah agar tidak mendorong konsumsi yang berlebihan.
2. Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan PayLater. Kemudahan yang ditawarkan oleh PayLater cepat, akses mudah, dan fleksibel yang menjadikan sebagian mahasiswa Gen Z terdorong untuk menggunakan fitur tersebut, namun islam menekankan pentingnya kehati-hatian dalam bertransaksi, hindari riba dan tidak bergantung oada fasilitas utang tanpa pertimbangan kemampuan finansial.
3. Hedonisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan PayLater. Sebagai gaya hidup yang berpacu pada kesenangan dan kepuasan instan, mendorong sebagian mahasiswa Gen Z untuk menggunakan PayLater demi memenuhi kebutuhan gaya hidup yang modern. Dari sudut pandang islam, perilaku konsumtif yang berlebihan dan tidak sesuai kebutuhan perlu dihindari agar tidak jatuh pada pemborosan (tabdzir) atau praktik ekonomi yang tidak seimbang. Dan dapat dipelajari kembali mengenai literasi keuangan Syariah dan penguatan nilai-nilai islami sangat penting agar mahasiswa tidak terjerat

dalam pola konsumsi yang bertentangan dengan syariat, meskipun sistem keuangan digital menawarkan kemudahan dan fleksibilitas.

B. Saran

1. Bagi mahasiswa yang hendak menggunakan PayLater terkhusus muslim untuk lebih baik dihindari atau bijak dalam menggunakannya agar terhindar dari hal yang buruk yaitu riba dan dapat mewujudkan keuangan yang lebih stabil.
2. Perlu nya membangun lingkungan yang sehat dan islami, yang mendorong pola konsum yng bijak.
3. Tidak menjadikan lalai atas kemudahan yang ditawarkan PayLater agar terhindar dari riba itu juga dan bijak dalam menggunakannya serta mempertimbangkan kemampuan finansial dan kewajiban membayar.
4. Mahasiwa perlu menyadari bahwa gaya hidup hedonistik bertentangan dengan prinsip qanaa'ah (merasa cukup) dan tawazun (keseimbangan) dalam islam. Agar dapat menyeimbangkan antara pemanfaatan teknologi keuangan dengan kontrol diri, sehingga tidak terjerumus dalam perilaku konsumsi yang berlebihan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiana, F. N., Subarkah, P., & Hidayat, A. K. (2019). Analisis Perbandingan Metode TAM dan Metode UTAUT 2 dalam Mengukur Kesuksesan Penerapan SIMRS pada Rumah Sakit Wijaya Kusuma DKT Purwokerto. *MATRIK : Jurnal Manajemen, Teknik Informatika Dan Rekayasa Komputer*, 19(1), 17–26. <https://doi.org/10.30812/matrik.v19i1.432>
- Aisah, S., Asiyah, S., & Primanto, A. B. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Penggunaan Transaksi Shopee Paylater (Studi Kasus Mahasiswa FEB UNISMA). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 2020, 52–60. www.fe.unisma.ac.id
- Aisyah, S., Harahap, M. I., Nurbaiti, N., & Rokan, M. K. (2023). The Factors Influencing Behavioural Intention Fintech Lending (Paylater) Among Generation Z Indonesian Muslims and Islamic Consumption Ethics Views. *EKONOMIKA SYARIAH : Journal of Economic Studies*, 7(1), 01. <https://doi.org/10.30983/es.v7i1.6233>
- Aiza Zulmairoh, Wulan Anis Mawati, Z. (2024). Jurnal Kajian Agama dan Dakwah ISSN : 3030-8917. *Tashdiq Jurnal Kajian Agama Dan Dakwah*, 3(1), 1–12.
- Akmal Taufiq Ridho, & Rangga Aditya Rastra Pradana. (2023). Analisis Keabsahan Perjanjian Jual Beli Melalui Media Elektronik Dengan Pembayaran Paylater (Bayar Nanti) Menurut Kuh Perdata. *Journal Sains Student Research*, 1(1), 787–793. <https://doi.org/10.61722/jssr.v1i1.399>
- Baithal, M., Zigari, M., Malik, A. J., & Marjiana, V. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Di Kota Makassar Analysis of the Factors Influencing Purchase Decisions Using Paylater for Students in Makassar. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 4(2), 171–182. <https://doi.org/10.31289/jimbi.v4i2.1727>

- Bila, S. M., & Marlana, N. (2024). Pengaruh gaya hidup hedonisme dan perilaku konsumtif terhadap keputusan pembelian pengguna shopee paylater. *Pendidikan Tata Niaga*, 12(2).
- Cuandra, F. (2022). The Effect of Paylater Payment Method Used in Online Impulsive Buying in Batam City. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(1), 2022–2625. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1741>
- Dhanty, W. R., Cahyati, A. V., & Alexandra, E. T. (2022). ANALISIS PENGARUH KEMUDAHAN PAYLATER PADA APLIKASI SHOPEE DAN PROMO DISKON PRODUK TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF (Studi pada Pengguna Shopee di DKI Jakarta). *Jurnal Manajemen & Bisnis Jayakarta*, 4(1), 1–13. <https://doi.org/10.53825/jmbjayakarta.v4i1.147>
- Fajrussalam, H., Hartiani, D., & ... (2023). Analisis Pembayaran Paylater Dalam Aplikasi Shopee Menurut Perspektif Islam. *Attadib: Journal of ...*, 6(2), 265–290. <https://jurnalfai-uikabogor.org/index.php/attadib/article/view/1270>
- Fany Fadhila, A., & Muslim Marpaung. (2020). Jurnal Bilal (Bisnis Ekonomi Halal). *Pengaruh Relegiusitas, Pengaruh Produk, Dan Faktor Sosial Terhadap Penggunaan ShopeePay Later*, 1(2), 20–30.
- Keuangan, P. L., & Hedonisme, L. D. A. N. (2024). *THE INFLUENCE OF FINANCIAL LITERACY , LIFESTLE AND HEDONISM ON THE USE OF SHOPEE PAYLATER AMONGST*. 5(2), 68–81.
- 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.
- Maharani, N. I., Arsa, & Noor, F. S. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Gaya Hidup Dan Pengaruh Sosial Terhadap Minat Penggunaan Shopee Paylater Pada

- Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN STS Jambi. *Jurnal Sains Student Research*, 1(2), 130–143.
<https://doi.org/10.61722/jssr.v1i2.120>
- Nindya, I., & Astuti, R. D. (2022). Factors Affecting Intention To Use Of Online Installment Payment Paylater. *The 6th International Conference on Family Business and Entrepreneurship*, 8–19.
- Nugroho, A. P. (2024). Analisis Penggunaan Pembayaran Paylater terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat dalam Pandangan Islam. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(5), 4761–4774.
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i5.1789>
- Prastiwi, I. E., & Fitria, T. N. (2021). Konsep Paylater Online Shopping dalam Pandangan Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 425.
<https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1458>
- Puspitasari, D., & Chikmiyah, J. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Fomo Terhadap Pembelian Impulsif Pada Gen Z Pengguna Shopee Pay Later. *Journal Of Comprehensive Science*, 3(1), 139–143.
- Putri, E., Pramudita, A. E., & Akbar, A. M. (2022). *Financial Behavior Dan E-Money Pada Perilaku*. 11(1), 66–72.
- Rahmi, C. (2024). *Pengaruh Riba Dalam Penggunaan Fitur Shopee Pay Later Terhadap Generasi Millenial*. 1(5), 152–160.
- Risukmasari, R. (2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berbelanja Konsumen Pada Penggunaan Fitur Shopee Pay Later. *Jurnal Sosial Teknologi*, 4(2), 101–108.
<https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v4i2.1150>
- Shafitri, F. N., Syifa, N., Garneta, N. A., & Arief, M. I. (2023). Konsep Transaksi Paylater E-Commerce Dalam Hukum. *Jurnal Religion*, 1(4), 43–56.
- Sitepu, G. A., & Fadila, A. (2024). *Analisis Pemanfaatan Layanan Paylater Di*

Analysis of Paylater Service Utilization in the. 3(1), 57–70.

Tsani Syafiq Nuruddin, S., & Himmati, R. (2023). Pengaruh Fitur Paylater, Spinjam dan Affiliate terhadap Minat Konsumen dalam Berbelanja pada Aplikasi Shopee : Studi Kasus Pengguna Shopee pada Mahasiswa FEBI UIN SATU Tulungagung. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 173–191. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.160>

Ulum, Z., & Asmuni, A. (2023). Transaksi Paylater Perspektif Hukum Islam. *Al-Mawarid Jurnal Syariah Dan Hukum (JSYH)*, 5(1), 59–72. <https://doi.org/10.20885/mawarid.vol5.iss1.art5>

Ummah, M. S. (2019). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14.

http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI

Undang-undang, D. P. (2024). *Penerapan Biaya Administrasi Shopee Paylater Perlindungan Konsumen dan Fatwa DSN MUI*. 2(1), 25–42.

Utami, M. R., Meriyati, M., & Aravik, H. (2023). Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee PayLater Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Kecamatan Ilir Barat II Kota Palembang Serta Pandangan Perspektif Ekonomi Islam Terhadapnya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 3(2), 269–282. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v3i2.235>

Waluyo, Nurohman, Y. A., & Qurniawati, R. S. (2022). Buy Now, Pay Later: Apakah Paylater Mempengaruhi Pembelian Impulsif Generasi Muda Muslim? *Among Makarti*, 15(3), 319.

LAMPIRAN

Lampiran I

Assalamualaikum wr.wb

“Perkenalkan Saya Imas Agniya Karima dari prodi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia. Saat ini melakukan penelitian yang berjudul “DETERMINAN PENGGUNAAN PAYLATER DIKALANGAN GEN Z DALAM PERSPEKTIF ISLAM” untuk menyelesaikan skripsi ini.

Dengan segala kerendahan hati, saya berharap saudara/i dapat membantu pengisian kuesioner penelitian ini, dan kami sangat berterima kasih apabila anda berkenan untuk mengisi kuesioner ini.

Kami menjamin data pribadi anda akan menjadi kerahasiaan kami pada penelitian ini dan tidak disebarluaskan kecuali beberapa hal yang berkaitan dengan penelitian ini.”

Wassallamualaikum wr.wb

Lembar Persetujuan

1. Saya "Setuju" memberikan data untuk angket ini, memahami bahwa data digunakan untuk penelitian, dan memberikan persetujuan untuk pengumpulan, penyimpanan, serta analisisnya sesuai ketentuan. Adapun jawaban dari Saudara/i akan dirahasiakan sebagaimana mestinya dan hanya dipakai untuk tujuan penelitian.

Profil Responden

Istila data diri anda dengan memberikan tanda bulat pada pilihan yang sesuai.

1. Nama:
2. Jenis Kelamin: Perempuan/Laki-Laki
3. Usia:

- 18 Tahun
 - 19 – 21 Tahun
 - 22 – 24 Tahun
 - 25 – 28 Tahun
4. Universitas:
- Universitas islam Indonesia
 - Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
 - Universitas Ahmad Dahlan
 - UIN Sunan Kalijaga
5. Berapa rata-rata pengeluaran rutin dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari?
- <Rp 1.000.000
 - Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000
 - Rp 2.000.001 – Rp 3.000.000
 - Rp 3.000.001 – Rp 5.000.000
 - >Rp 5.000.000
6. Apakah anda menggunakan PayLater?
- a. Ya
 - b. Tidak
7. Platform PayLater apa yang digunakan?
- a. Shopee PayLater
 - b. Tiktok PayLater
 - c. GoPay Later
 - d. Kredivo PayLater
 - e. Traveloka PayLater
 - f. Akulaku PayLater
 - g. Home credit
 - h. Lainnya.....
8. Berapa nilai Paylater yang pernah anda dapatkan
- < Rp 750.000
 - Rp 750.000 – Rp 1.000.000

- Rp 1.000.001 – Rp 2.000.000
 - Rp 2.000.001 – Rp 3.000.000
 - Rp 3.000.001 – Rp 4.000.000
 - Rp 4.000.001 – Rp 5.000.000
 - > Rp 5.000.000
9. Berapa nilai Paylater yang pernah anda gunakan
- < Rp 100.000
 - Rp. 100.000 – Rp 500.000
 - Rp 500.001 – Rp 1.000.000
 - Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000
 - Rp 1.500.001 – Rp 2.000.000
 - Rp 2.000.001 – Rp 2.500.000
 - Rp 2.500.001 – Rp 3.000.000
 - > Rp 3.000.000
10. Biasanya paylater digunakan untuk apa
- Kebutuhan sehari-hari (makanan, minuman, dll)
 - Pembelian fashion atau pakaian
 - Pembelian barang elektronik atau gadget
 - Pembayaran tagihan (listrik, air, pulsa dll)
 - Keperluan darurat
 - Hanya untuk memanfaatkan promo atau diskon
 - Lainnya: _____

Intruksi Penelitian

- a. Berilah jawaban pertanyaan dengan memilih kolom yang tersedia sesuai kondisi yang dialami dengan ketentuan berikut.
- b. Diisi menggunakan email pribadi
- c. Pilihlah kolom jawaban yang tersedia mulai dari 1 hingga 10 sesuai dengan pendapat anda
- d. Apabila setuju maka berikan tanda yang menunjukkan nilai yang semakin tinggi ke kanan. Semakin mendekati angka 10 maka anda setuju dengan pernyataan yang diajukan

- e. Apabila anda tidak setuju maka berikan tanda pada angka yang menunjukkan nilai yang semakin rendah ke kiri. Semakin mendekati angka 1 maka anda semakin tidak setuju.

A. PENGGUNAAN PAYLATER

1. Saya telah menggunakan layanan PayLater ini selama lebih dari 4 bulan

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat tidak setuju

sangat setuju

2. Saya masih terus menggunakan PayLater sejak pertama kali mendaftar hingga sekarang

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat tidak setuju

sangat setuju

3. Saya sering menggunakan PayLater untuk berbelanja online.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat tidak setuju

sangat setuju

4. Saya lebih sering membayar dengan PayLater dibandingkan dengan metode pembayaran lain seperti transfer atau kartu debit dikarenakan banyak diskon.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat tidak setuju

sangat setuju

5. Layanan PayLater membantu saya dalam membeli barang yang saya butuhkan tanpa mengganggu uang saku dari ortu atau gaji.

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Sangat tidak setuju

sangat setuju

6. Saya merasa PayLater membantu saya memenuhi kebutuhan mendesak

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Sangat tidak setuju

sangat setuju

7. Saya merasa nyaman menggunakan PayLater karena tidak perlu membayar langsung saat pembelian

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Sangat tidak setuju

sangat setuju

B. PENGARUH SOSIAL

8. Saya membeli produk tertentu menggunakan PayLater karena sebagian besar orang dilingkungan saya juga menggunakannya.

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Sangat tidak setuju

sangat setuju

9. Saya membeli produk menggunakan PayLater agar tidak merasa tertinggal dengan gaya hidup teman sebaya saya.

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Sangat tidak setuju

sangat setuju

10. Saya cenderung menuruti saran pembelian dengan menggunakan PayLater dari seseorang yang memiliki pengaruh besar di lingkungan saya.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat tidak setuju

sangat setuju

11. Saya lebih yakin membeli suatu produk jika direkomendasikan oleh teman terdekat, keluarga dan orang yang sudah membeli produk tersebut meski saya menggunakan PayLater.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat tidak setuju

sangat setuju

12. Saya lebih percaya pada ulasan produk dari orang yang sudah menggunakan dan ahli pada bidang tersebut pada platform sebelum membeli.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat tidak setuju

sangat setuju

13. Saya merasa lebih yakin membeli produk jika tokoh publik yang memiliki reputasi baik menggunakannya meski menggunakan fitur PayLater.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat tidak setuju

sangat setuju

C. KEMUDAHAN

14. Saya merasa proses pendaftaran layanan PayLater sangat mudah dan cepat.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat tidak setuju

sangat setuju

15. Saya dapat dengan mudah memahami cara kerja PayLater tanpa harus meminta bantuan orang lain.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat tidak setuju

sangat setuju

16. Saya merasa proses transaksi menggunakan PayLater sangat praktis.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat tidak setuju

sangat setuju

17. Proses pembayaran tagihan PayLater sangat mudah dilakukan melalui berbagai metode pembayaran.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat tidak setuju

sangat setuju

18. Kemudahan yang ditawarkan oleh layanan PayLater memudahkan saya dalam mendapatkan barang atau jasa yang sesuai dengan keinginan saya.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat tidak setuju

sangat setuju

19. Saya merasa PayLater membantu saya mendapatkan barang/jasa yang saya inginkan tanpa harus membayar langsung.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat tidak setuju

sangat setuju

D. HEDONISME

20. Diskon atau potongan harga yang ditawarkan PayLater pada suatu produk yang ingin dibeli membuat saya merasa lebih untung.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat tidak setuju

sangat setuju

21. Potongan harga ataupun adanya pengembalian dana (*cashback*) yang ditawarkan oleh metode PayLater sangat mempengaruhi keputusan saya dalam membeli produk.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat tidak setuju

sangat setuju

22. Saya menggunakan PayLater karena tergoda dengan visual produk yang estetik atau modern.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat tidak setuju

sangat setuju

23. Saya merasa sulit menahan keinginan membeli produk yang menarik sehingga saya menggunakan metode pembayaran PayLater.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat tidak setuju

sangat setuju

24. Saya merasa terdorong untuk membeli produk yang sedang viral di media sosial meskipun menggunakan PayLater.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat tidak setuju

sangat setuju

25. Saya merasa perlu memiliki produk tertentu agar tidak ketinggalan zaman meski harus menggunakan PayLater.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat tidak setuju

sangat setuju

26. Saya membeli sesuatu menggunakan PayLater hanya karena keinginan.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat tidak setuju

sangat setuju

27. Saya menggunakan PayLater untuk membeli sesuatu hanya karena sedang diskon.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat tidak setuju

sangat setuju

28. Saya memilih produk branded untuk menunjukkan gaya hidup saya walau dengan sistem PayLater.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat tidak setuju

sangat setuju

29. Saya menggunakan Paylater untuk membeli produk yang mencerminkan status saya.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat tidak setuju

sangat setuju

30. Saya pernah menggunakan PayLater untuk membeli produk yang dipromosikan oleh influencer yang saya sukai.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat tidak setuju

sangat setuju

31. Saya terpengaruh untuk membeli suatu barang pakai PayLater karena melihat brand ambassador yang saya sukai.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat tidak setuju

sangat setuju

32. Saya merasa lebih percaya diri saat memakai produk mahal ditempat umum walaupun harus dibeli dengan PayLater.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat tidak setuju

sangat setuju

33. Produk dengan harga tinggi memberikan kepuasan tersendiri meskipun saya membayarnya secara cicilan.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat tidak setuju

sangat setuju

34. Saya senang mencoba berbagai produk dari merek yang berbeda-beda dengan bantuan PayLater.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat tidak setuju

sangat setuju

35. Saya tidak masalah berpindah-pindah merek jika menemukan produk baru yang menarik dan PayLater memudahkan saya untuk itu.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Sangat tidak setuju

sangat setuju

Lampiran II

Hasil Olah Data

Hasil Uji Reabilitas

Hasil variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.853	7

Hasil variabel X1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.909	6

Hasil variabel X2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.918	6

Hasil variabel X3

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.974	16

Hasil Uji Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Penggunaan PayLater	110	25	66	53.52	11.156
Pengaruh Sosial	110	13	57	45.25	9.751
Kemudahan	110	20	60	50.78	8.598
Hedonisme	110	23	157	121.23	35.843
Valid N (listwise)	110				

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		110
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.78128382
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.081
	Negative	-.057
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.072
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.071
	99% Confidence Interval	Lower Bound
		Upper Bound

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 272886377.

Hasil Uji Heteroskedasitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.569	1.881		5.089	<,001
	Pengaruh Sosial	-.082	.042	-.244	-1.947	.054
	Kemudahan	.014	.042	.036	.329	.743
	Hedonisme	-.022	.013	-.241	-1.754	.082

a. Dependent Variable: Abs_RES01

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.540	3.146		.489	.626		
	Pengaruh Sosial	.164	.076	.147	2.154	.033	.386	2.590
	Kemudahan	.523	.073	.400	7.150	<,001	.575	1.739
	Hedonisme	.145	.023	.464	6.298	<,001	.331	3.024

a. Dependent Variable: Penggunaan PayLater

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.886 ^a	.785	.779	5.565

a. Predictors: (Constant), Hedonisme, Kemudahan, Pengaruh Sosial

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	Sig.
1	Regression	11966.148	3	3988.716	128.816 <,001 ^b
	Residual	3282.224	106	30.964	
	Total	15248.373	109		

a. Dependent Variable: Penggunaan PayLater

b. Predictors: (Constant), Hedonisme, Kemudahan, Pengaruh Sosial

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.179	2.852		2.868	.005
	Pengaruh Sosial	.339	.103	.373	3.287	.001
	Kemudahan	.322	.073	.264	4.431	<.001
	Hedonisme	.109	.037	.333	2.926	.004

a. Dependent Variable: Penggunaan PayLater

RIWAYAT HIDUP



Penulis lahir di Sragen pada tanggal 28 Juni 2001 sebagai anak pertama dari dua bersaudara dari Alm. Bapak Surono dan Ibu Iva Mu'awanah. Penulis tumbuh besar di Dusun Ngelo, Desa Jatimulyo, Kecamatan Mantingan, Kabupaten Ngawi. Penulis dapat dihubungi melalui Alamat email: imasagniyakarima.062801@gmail.com .

Penulis memulai Pendidikan di Tk Dharma Wanita Jatimulyo dan lanjut di MI Nurussalam di sambirejo Ngawi. Lalu ke jengjang berikutnya yaitu SMP Darul Ihsan Muhammadiyah Sragen pada tahun 2015 – 2017. Kemudian lanjut SMA di Pondok Gontor Putri 5 kandang Kediri 2017 – 2020 serta pengabdian pada pondok tersebut serambi kuliah dengan jurusan ushuludin selama satu tahun. Setelah itu penulis melanjutkan studi di perguruan tinggi sebagai mahasiswa S1 Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia.

Penulis cukup aktif dalam mengikuti perkuliahan serta kegiatan kampus. Penulis juga sempat berpartisipasi dalam kepanitiaan acara Pesona Ta'aruf dan kepanitiaan lainnya, serta berkecimpung pada Lembaga DPM FIAI.