

PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEMANFAATAN, LITERASI KEUANGAN, DAN GAYA HIDUP HEDONIS TERHADAP PERILAKU BERUTANG MAHASISWA PENGGUNA SHOPEE PAYLATER

Junaidin¹, Anggun Anugrah²

¹Universitas Bima Internasional MFH, Jl. Medica Farma No. 1, Mataram, Indonesia

²Universitas Mataram, Jl. Majapahit No. 62, Mataram, West Nusa Tenggara, Indonesia

Email: junaidin251093@gmail.com

Article History

Received: 18-07-2026

Revision: 04-08-2026

Accepted: 09-08-2026

Published: 13-08-2026

Abstract. The growth of digital financial services via the "Buy Now, Pay Later" (BNPL) model—such as Shopee PayLater—offers students easy access to financing but also risks fostering consumptive borrowing behavior. This study aims to analyze the impact of perceived ease of use, perceived usefulness, financial literacy, and hedonistic lifestyle on the borrowing behavior of Universitas Bima Internasional students who use Shopee PayLater. A quantitative approach with a causal-associative method was employed. Data were collected via questionnaires from 105 student users of Shopee PayLater, selected using purposive sampling. Data analysis was conducted using Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) with SmartPLS 4.0 software. The results indicate that perceived ease of use has a positive and significant effect on borrowing behavior ($\beta = 0.214$; $p = 0.021$), as does perceived usefulness ($\beta = 0.263$; $p = 0.005$) and hedonistic lifestyle ($\beta = 0.319$; $p < 0.001$); conversely, financial literacy has a negative and significant effect ($\beta = -0.286$; $p = 0.002$). An R^2 value of 0.650 demonstrates that these four variables explain 65.0% of the variation in students' borrowing behavior. These findings suggest that the convenience and utility of BNPL, along with a hedonistic lifestyle, can increase the propensity to borrow, whereas financial literacy plays a role in mitigating this tendency. The study underscores the importance of strengthening students' financial literacy to ensure that BNPL services are used wisely and responsibly.

Keywords: Shopee PayLater, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Financial Literacy, Debt Behavior.

Abstrak. Perkembangan layanan keuangan digital melalui konsep *Buy Now, Pay Later* (BNPL), seperti Shopee PayLater, memberikan kemudahan akses pembiayaan bagi mahasiswa, tetapi juga berpotensi mendorong perilaku berutang yang konsumtif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, literasi keuangan, dan gaya hidup hedonis terhadap perilaku berutang mahasiswa Universitas Bima Internasional MFH pengguna Shopee PayLater. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif kausal. Data diperoleh melalui kuesioner dari 105 mahasiswa pengguna Shopee PayLater yang dipilih dengan teknik *purposive sampling*. Analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan bantuan SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku berutang ($\beta = 0,214$; $p = 0,021$), persepsi kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan ($\beta = 0,263$; $p = 0,005$), literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan ($\beta = -0,286$; $p = 0,002$), dan gaya hidup hedonis berpengaruh positif dan signifikan ($\beta = 0,319$; $p < 0,001$). Nilai R^2 sebesar 0,650 menunjukkan bahwa keempat variabel tersebut mampu menjelaskan 65,0% variasi perilaku berutang mahasiswa. Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan dan kemanfaatan BNPL serta gaya hidup hedonis dapat meningkatkan kecenderungan berutang, sedangkan literasi keuangan berperan dalam menekan kecenderungan tersebut. Hasil penelitian menegaskan pentingnya penguatan literasi keuangan mahasiswa agar penggunaan BNPL dilakukan secara bijak dan bertanggung jawab.

Kata Kunci: Shopee PayLater, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Literasi Keuangan, Perilaku Berutang

How to Cite: Junaidin & Anugrah, A. (2026). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Literasi Keuangan, dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Berutang Mahasiswa Pengguna Shopee Paylater. *HORIZON: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 4 (4), 5310-5320. <http://doi.org/10.54373/hijm.v4i4.7255>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi sektor keuangan melalui layanan *financial technology* (fintech), salah satunya *Buy Now, Pay Later* (BNPL). Layanan BNPL memberikan kemudahan akses pembiayaan karena memungkinkan konsumen memperoleh barang atau jasa dan melakukan pembayaran pada waktu berikutnya. Kemudahan tersebut semakin meningkatkan penggunaan kredit digital di kalangan generasi muda, termasuk mahasiswa. Namun, kemudahan akses pembiayaan juga dapat mendorong penggunaan kredit untuk memenuhi kebutuhan konsumtif apabila tidak diimbangi dengan kemampuan pengelolaan keuangan yang memadai.

Di Indonesia, Shopee PayLater menjadi salah satu layanan BNPL yang banyak digunakan karena menawarkan proses transaksi yang relatif mudah dan fleksibel. Penelitian Herlin dan Widodoatmodjo (2024) menunjukkan bahwa *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* berperan dalam keputusan penggunaan Shopee PayLater. Penelitian lain juga menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki hubungan dengan perilaku pengguna Shopee PayLater, meskipun arah dan kekuatan pengaruhnya dapat berbeda sesuai dengan perilaku yang diteliti. Azzahra et al. (2025), misalnya, menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap perilaku pembelian impulsif pengguna Shopee PayLater, tetapi kontribusinya relatif kecil, yaitu 6%. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan teknologi tidak secara otomatis menjelaskan seluruh perilaku finansial pengguna.

Selain faktor penerimaan teknologi, perilaku mahasiswa dalam menggunakan layanan kredit digital juga berkaitan dengan kemampuan mengelola keuangan. Literasi keuangan memungkinkan individu memahami konsekuensi penggunaan kredit, mengelola pengeluaran, serta mempertimbangkan kemampuan pembayaran sebelum mengambil keputusan finansial. Penelitian Angelista et al. (2024) menunjukkan bahwa literasi keuangan, gaya hidup, dan sikap keuangan berhubungan dengan perilaku keuangan mahasiswa pengguna Shopee PayLater. Penelitian lain oleh Simamora dan Panjaitan (2026) menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna Shopee PayLater. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa semakin baik pemahaman keuangan, semakin kecil kecenderungan mahasiswa melakukan perilaku konsumtif.

Faktor psikologis dan gaya hidup juga perlu diperhatikan dalam memahami perilaku penggunaan kredit digital. Gaya hidup hedonis dapat mendorong individu untuk memenuhi keinginan konsumsi meskipun belum memiliki kemampuan finansial yang memadai. Siddiqi dan Sari (2025) menemukan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna Shopee PayLater. Sementara itu, Girsang dan Dewi

(2024) menunjukkan bahwa penggunaan Shopee PayLater, literasi keuangan, dan gaya hidup merupakan faktor yang berkaitan dengan perilaku konsumtif mahasiswa. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa perilaku pengguna kredit digital tidak hanya dapat dijelaskan dari aspek teknologi, tetapi juga dari aspek kemampuan finansial dan karakteristik gaya hidup.

Meskipun demikian, penelitian terdahulu masih lebih banyak mengkaji keputusan penggunaan Shopee PayLater, perilaku konsumtif, atau perilaku keuangan, bukan secara spesifik perilaku berutang mahasiswa sebagai konsekuensi penggunaan layanan BNPL. Penelitian berbasis TAM umumnya menempatkan persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kemanfaatan sebagai prediktor penerimaan atau keputusan penggunaan teknologi, sedangkan penelitian mengenai literasi keuangan dan gaya hidup lebih banyak menghubungkannya dengan perilaku konsumtif atau perilaku keuangan. Dengan demikian, masih terdapat ruang penelitian untuk mengintegrasikan faktor penerimaan teknologi (persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kemanfaatan), faktor kemampuan finansial (literasi keuangan), serta faktor psikologis-gaya hidup (gaya hidup hedonis) dalam satu model untuk menjelaskan perilaku berutang mahasiswa pengguna Shopee PayLater.

Research gap penelitian ini terletak pada belum banyaknya penelitian yang menguji keempat variabel tersebut secara simultan terhadap perilaku berutang mahasiswa pengguna Shopee PayLater, khususnya pada konteks mahasiswa di perguruan tinggi daerah. Penelitian ini juga berbeda dari penelitian terdahulu yang umumnya menggunakan perilaku konsumtif, keputusan pembelian, atau perilaku keuangan sebagai variabel terikat. Dengan demikian, kebaruan penelitian ini terletak pada pengintegrasian perspektif penerimaan teknologi melalui TAM dengan perspektif literasi keuangan dan gaya hidup hedonis untuk menganalisis perilaku berutang mahasiswa pengguna Shopee PayLater. Penggunaan SEM-PLS memungkinkan pengujian keempat faktor tersebut secara simultan dalam satu model struktural sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang membentuk perilaku berutang mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, literasi keuangan, dan gaya hidup hedonis terhadap perilaku berutang mahasiswa Universitas Bima Internasional MFH pengguna Shopee PayLater.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal yang bertujuan menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, literasi keuangan, dan gaya hidup hedonis terhadap perilaku hutang mahasiswa

Universitas Bima Internasional MFH pengguna Shopee PayLater. Penelitian dilaksanakan dengan menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Universitas Bima Internasional MFH yang menggunakan layanan Shopee PayLater. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu, meliputi: (1) mahasiswa aktif Universitas Bima Internasional MFH, (2) pernah menggunakan Shopee PayLater, dan (3) bersedia menjadi responden penelitian. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh sebanyak 105 responden sebagai sampel penelitian.

Tabel 1. Operasionalisasi variabel penelitian

Variabel	Indikator	Skala
Perilaku Hutang (Y)	Indikator perilaku hutang pengguna Shopee PayLater	Likert
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X ₁)	Indikator <i>Perceived Ease of Use</i>	Likert
Persepsi Kemanfaatan (X ₂)	Indikator <i>Perceived Usefulness</i>	Likert
Literasi Keuangan (X ₃)	Indikator literasi keuangan	Likert
Gaya Hidup Hedonis (X ₄)	Indikator gaya hidup hedonis	Likert

Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4.0. Tahapan analisis meliputi evaluasi outer model untuk menguji validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas konstruk. Selanjutnya dilakukan evaluasi inner model melalui pengujian nilai koefisien determinasi (R^2), *effect size* (f^2), *predictive relevance* (Q^2), serta pengujian hipotesis menggunakan teknik bootstrapping. Hipotesis diterima apabila nilai p-value < 0,05 atau nilai t-statistic > 1,96 pada tingkat signifikansi 5%.

HASIL

Penelitian ini melibatkan 105 mahasiswa Universitas Bima Internasional yang memenuhi kriteria sebagai pengguna Shopee PayLater. Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan bantuan aplikasi SmartPLS 4.0. Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, model penelitian dievaluasi melalui pengujian *outer model* dan *inner model* untuk memastikan validitas, reliabilitas, serta kelayakan model struktural. Sebelum pengujian hipotesis, dilakukan evaluasi *outer model* untuk memastikan bahwa indikator yang digunakan mampu mengukur konstruk penelitian secara valid dan reliabel. Validitas konvergen dievaluasi berdasarkan nilai *outer loading* dan

Average Variance Extracted (AVE), sedangkan reliabilitas konstruk dievaluasi melalui nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Hasil evaluasi *outer model* disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil evaluasi *outer model*

Konstruk	Indikator	Outer Loading	AVE	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)	X1.1	0,812	0,658	0,826	0,885
	X1.2	0,821			
	X1.3	0,785			
	X1.4	0,831			
Persepsi Kemanfaatan (X2)	X2.1	0,824	0,672	0,838	0,891
	X2.2	0,846			
	X2.3	0,793			
	X2.4	0,824			
Literasi Keuangan (X3)	X3.1	0,782	0,629	0,805	0,871
	X3.2	0,814			
	X3.3	0,769			
	X3.4	0,810			
Gaya Hidup Hedonis (X4)	X4.1	0,801	0,651	0,820	0,882
	X4.2	0,826			
	X4.3	0,789			
	X4.4	0,809			
Perilaku Berutang (Y)	Y1.1	0,815	0,664	0,831	0,887
	Y1.2	0,836			
	Y1.3	0,794			
	Y1.4	0,817			

Berdasarkan Tabel 2, seluruh indikator memiliki nilai *outer loading* antara 0,769–0,846, sehingga telah memenuhi kriteria validitas konvergen karena berada di atas 0,70. Nilai AVE pada seluruh konstruk juga berada pada rentang 0,629–0,672, yang menunjukkan bahwa masing-masing konstruk mampu menjelaskan lebih dari 50% varians indikatornya. Selanjutnya, nilai *Cronbach's Alpha* berkisar antara 0,805–0,838 dan *Composite Reliability* sebesar 0,871–0,891, yang seluruhnya telah melebihi batas 0,70. Dengan demikian, seluruh konstruk penelitian memenuhi kriteria validitas konvergen dan reliabilitas sehingga layak digunakan pada tahap evaluasi *inner model* dan pengujian hipotesis.

Tabel 3. Hasil evaluasi *inner model*

Variabel Endogen	R ²	R ² Adjusted	Keterangan
Perilaku Berutang (Y)	0,650	0,635	Model memiliki kemampuan penjelasan yang baik

Berdasarkan tabel tersebut, nilai R² sebesar 0,650 menunjukkan bahwa 65,0% variasi perilaku berutang mahasiswa dapat dijelaskan secara simultan oleh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, literasi keuangan, dan gaya hidup hedonis. Sementara itu, sebesar 35,0% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian.

Tabel 4. Hasil uji hipotesis dengan *bootstrapping*

Hipotesis	Hubungan Antarvariabel	Koefisien Jalur (β)	T-Statistics	P-Values	Keputusan
H1	Persepsi Kemudahan Penggunaan $\rightarrow$ Perilaku Berutang	0,214	2,315	0,021	Diterima
H2	Persepsi Kemanfaatan $\rightarrow$ Perilaku Berutang	0,263	2,847	0,005	Diterima
H3	Literasi Keuangan $\rightarrow$ Perilaku Berutang	-0,286	3,126	0,002	Diterima
H4	Gaya Hidup Hedonis $\rightarrow$ Perilaku Berutang	0,319	3,542	0,000	Diterima

Hasil evaluasi *inner model* menunjukkan bahwa nilai R^2 perilaku berutang sebesar 0,650. Artinya, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, literasi keuangan, dan gaya hidup hedonis secara simultan mampu menjelaskan 65,0% variasi perilaku berutang mahasiswa, sedangkan 35,0% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku berutang dengan koefisien jalur sebesar 0,214 dan *p-value* 0,021. Persepsi kemanfaatan juga berpengaruh positif dan signifikan dengan koefisien jalur 0,263 dan *p-value* 0,005. Sebaliknya, literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku berutang dengan koefisien jalur -0,286 dan *p-value* 0,002. Sementara itu, gaya hidup hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku berutang dengan koefisien jalur 0,319 dan *p-value* <0,001. Dengan demikian, seluruh hipotesis penelitian (H1-H4) diterima.

DISKUSI

Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Perilaku Berutang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap perilaku berutang mahasiswa pengguna Shopee PayLater. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin mudah layanan dipahami dan digunakan, semakin rendah hambatan mahasiswa untuk memanfaatkan fasilitas kredit digital. Kemudahan dalam proses aktivasi, transaksi, pemilihan metode pembayaran, serta pengelolaan tagihan membuat Shopee PayLater dapat digunakan tanpa prosedur yang kompleks. Dalam perspektif *Technology Acceptance Model* (TAM), temuan ini sejalan dengan Davis (1989) yang menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan salah satu faktor yang mendorong penerimaan dan penggunaan teknologi. Namun, dalam penelitian ini kemudahan penggunaan memiliki implikasi yang lebih luas karena tidak hanya mendorong penerimaan teknologi, tetapi juga meningkatkan

kecenderungan mahasiswa menggunakan fasilitas kredit. Ketika akses terhadap kredit semakin mudah, hambatan untuk mengambil keputusan berutang juga menjadi semakin kecil. Dengan demikian, kemudahan teknologi memberikan manfaat dari sisi akses layanan, tetapi sekaligus dapat meningkatkan risiko penggunaan kredit secara kurang terkendali apabila tidak disertai pertimbangan kemampuan membayar.

Temuan ini sejalan dengan Herlin dan Widoatmodjo (2024) yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berperan dalam keputusan penggunaan Shopee PayLater. Namun, penelitian ini memberikan sudut pandang yang berbeda karena tidak hanya menganalisis keputusan penggunaan layanan, tetapi secara khusus menguji konsekuensinya terhadap perilaku berutang mahasiswa. Artinya, kemudahan penggunaan yang pada awalnya menjadi keunggulan layanan digital dapat berkembang menjadi faktor yang mendorong penggunaan kredit secara lebih intensif. Oleh karena itu, kemudahan akses BNPL perlu diimbangi dengan kemampuan mahasiswa dalam mengevaluasi kebutuhan, kemampuan pembayaran, dan konsekuensi finansial sebelum menggunakan layanan tersebut.

Pengaruh Persepsi Kemanfaatan terhadap Perilaku Berutang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan berpengaruh positif terhadap perilaku berutang mahasiswa pengguna Shopee PayLater. Mahasiswa yang merasakan bahwa Shopee PayLater memberikan manfaat dalam mempermudah transaksi, menyediakan fleksibilitas pembayaran, dan membantu memenuhi kebutuhan ketika dana belum tersedia cenderung lebih terdorong untuk memanfaatkan fasilitas tersebut. Temuan ini sesuai dengan TAM yang dikembangkan oleh Davis (1989), yang menjelaskan bahwa persepsi kemanfaatan merupakan faktor penting dalam penerimaan dan penggunaan teknologi. Dalam konteks BNPL, manfaat yang dirasakan tidak hanya berupa kemudahan transaksi, tetapi juga kemampuan memperoleh barang atau jasa tanpa pembayaran penuh pada saat transaksi.

Hasil tersebut sejalan dengan Herlin dan Widoatmodjo (2024) yang menemukan bahwa persepsi kemanfaatan berperan dalam keputusan penggunaan Shopee PayLater. Meskipun demikian, manfaat yang dirasakan perlu dipahami secara kritis karena manfaat jangka pendek berupa fleksibilitas pembayaran dapat menimbulkan konsekuensi finansial apabila digunakan secara berulang tanpa mempertimbangkan kemampuan pembayaran. Dengan demikian, semakin besar manfaat yang dirasakan, semakin besar pula kemungkinan mahasiswa menggunakan BNPL sebagai alternatif pembiayaan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan dapat menjadi pendorong positif terhadap penggunaan kredit, tetapi manfaat tersebut tidak selalu identik dengan keputusan keuangan yang sehat. Penggunaan

BNPL akan lebih bertanggung jawab apabila manfaat layanan dipertimbangkan bersama kemampuan membayar dan kebutuhan aktual.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Berutang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku berutang mahasiswa pengguna Shopee PayLater. Artinya, semakin baik literasi keuangan mahasiswa, semakin rendah kecenderungan mereka menggunakan fasilitas utang secara konsumtif. Mahasiswa yang memiliki pemahaman keuangan yang baik cenderung lebih mampu menyusun anggaran, membedakan kebutuhan dan keinginan, memahami biaya dan risiko kredit, serta mempertimbangkan kemampuan membayar sebelum menggunakan layanan BNPL. Temuan ini mendukung pandangan Lusardi dan Mitchell (2013) bahwa literasi keuangan berperan dalam meningkatkan kemampuan individu dalam membuat keputusan keuangan yang lebih rasional. Hasil penelitian juga sejalan dengan Angelista et al. (2024) yang menunjukkan adanya hubungan antara literasi keuangan dan perilaku keuangan mahasiswa pengguna Shopee PayLater. Simamora dan Panjaitan (2026) juga menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna Shopee PayLater. Kesamaan temuan tersebut menunjukkan bahwa pengetahuan dan kemampuan dalam mengelola keuangan dapat menjadi faktor pengendali terhadap penggunaan kredit digital.

Secara kritis, pengaruh negatif literasi keuangan menunjukkan bahwa persoalan perilaku berutang tidak hanya berkaitan dengan tersedianya fasilitas kredit, tetapi juga dengan kemampuan individu dalam mengendalikan keputusan keuangannya. Mahasiswa yang memahami konsekuensi utang cenderung lebih berhati-hati dalam menggunakan BNPL dan tidak menjadikan kemudahan kredit sebagai alasan untuk memenuhi seluruh keinginan konsumsi. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan, khususnya mengenai pengelolaan kredit digital, bunga atau biaya layanan, jatuh tempo, dan kemampuan pembayaran, penting dilakukan untuk mengurangi risiko penggunaan BNPL secara berlebihan.

Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Berutang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis berpengaruh positif terhadap perilaku berutang mahasiswa pengguna Shopee PayLater. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang lebih berorientasi pada kesenangan, mengikuti tren, dan mengutamakan

pemenuhan keinginan konsumsi memiliki kecenderungan lebih besar menggunakan fasilitas kredit untuk membiayai konsumsi. Shopee PayLater memberikan akses pembiayaan yang relatif mudah sehingga mahasiswa dapat memenuhi keinginan meskipun kemampuan pembayaran pada saat transaksi terbatas. Temuan tersebut sejalan dengan Angelista et al. (2024) yang menunjukkan bahwa gaya hidup merupakan salah satu faktor yang berkaitan dengan perilaku keuangan mahasiswa pengguna Shopee PayLater. Siddiqi dan Sari (2025) juga menemukan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee PayLater. Hasil ini menunjukkan bahwa penggunaan kredit digital tidak dapat dipahami hanya dari aspek teknologi, tetapi juga perlu mempertimbangkan pola konsumsi dan orientasi gaya hidup penggunanya.

Hubungan positif tersebut dapat dijelaskan melalui kecenderungan individu untuk mempertahankan gaya hidup yang dianggap sesuai dengan lingkungan sosialnya. Ketika keinginan untuk mengikuti tren atau memperoleh pengalaman konsumsi lebih besar daripada kemampuan keuangan yang tersedia, fasilitas BNPL dapat digunakan sebagai alternatif untuk menutup kesenjangan tersebut. Dengan demikian, semakin kuat gaya hidup hedonis mahasiswa, semakin besar potensi penggunaan utang untuk memenuhi kebutuhan yang bersifat keinginan. Temuan ini menegaskan pentingnya kemampuan mahasiswa membedakan kebutuhan dan keinginan serta mempertimbangkan kondisi keuangan sebelum menggunakan fasilitas kredit digital.

Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kemanfaatan, Literasi Keuangan, dan Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Berutang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku berutang mahasiswa pengguna Shopee PayLater terbentuk dari kombinasi faktor teknologi, kemampuan finansial, dan karakteristik gaya hidup. Persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kemanfaatan berpengaruh positif, yang menunjukkan bahwa semakin mudah dan bermanfaat layanan BNPL dirasakan, semakin besar kecenderungan mahasiswa memanfaatkannya sebagai fasilitas pembiayaan. Sebaliknya, literasi keuangan berpengaruh negatif sehingga berperan sebagai faktor yang dapat membatasi kecenderungan berutang. Sementara itu, gaya hidup hedonis berpengaruh positif karena orientasi konsumsi dan pemenuhan kesenangan dapat meningkatkan kebutuhan mahasiswa terhadap sumber pembiayaan tambahan.

Temuan tersebut memperlihatkan bahwa kemudahan dan manfaat teknologi tidak selalu menghasilkan perilaku keuangan yang positif. Teknologi dapat memperluas akses terhadap layanan keuangan, tetapi keputusan penggunaannya tetap dipengaruhi kemampuan individu

dalam mengendalikan konsumsi dan mengelola risiko keuangan. Dalam konteks ini, literasi keuangan menjadi faktor penting untuk mengimbangi kemudahan akses dan daya tarik manfaat BNPL. Hasil penelitian juga memperluas penerapan TAM karena penelitian tidak hanya melihat penerimaan teknologi, tetapi menghubungkan persepsi terhadap teknologi dengan konsekuensi perilaku berupa kecenderungan berutang. Dengan demikian, penggunaan Shopee PayLater pada mahasiswa perlu ditempatkan dalam perspektif yang lebih luas. Kemudahan dan manfaat layanan dapat dipertahankan sebagai keunggulan teknologi, tetapi perlu diimbangi dengan literasi keuangan dan pengendalian gaya hidup konsumtif. Bagi lingkungan perguruan tinggi, temuan ini menunjukkan pentingnya edukasi literasi keuangan digital yang tidak hanya membahas pengelolaan uang, tetapi juga risiko kredit digital, kemampuan membayar, pengendalian konsumsi, dan pengambilan keputusan keuangan yang bertanggung jawab.

KESIMPULAN

Penelitian ini membuktikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, dan gaya hidup hedonis berpengaruh positif terhadap perilaku hutang mahasiswa pengguna Shopee PayLater. Sebaliknya, literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku hutang, yang menunjukkan bahwa kemampuan mengelola keuangan dapat mengurangi kecenderungan penggunaan utang konsumtif. Hasil penelitian memberikan implikasi bahwa perkembangan layanan keuangan digital perlu diimbangi dengan peningkatan literasi keuangan agar mahasiswa mampu memanfaatkan layanan *Buy Now, Pay Later* secara bijaksana. Dengan demikian, risiko perilaku hutang yang berlebihan dapat diminimalkan melalui edukasi keuangan yang berkelanjutan.

REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian, perguruan tinggi disarankan untuk meningkatkan program edukasi dan literasi keuangan bagi mahasiswa agar memiliki kemampuan dalam mengelola keuangan secara lebih baik serta memahami risiko penggunaan layanan kredit digital. Penyedia layanan Shopee PayLater juga diharapkan meningkatkan edukasi mengenai penggunaan layanan secara bertanggung jawab melalui berbagai media informasi. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti *financial attitude*, *self-control*, *financial behavior*, atau *financial technology adoption* sehingga mampu memberikan penjelasan yang lebih komprehensif mengenai perilaku hutang mahasiswa. Selain itu, penelitian berikutnya dapat memperluas cakupan responden pada berbagai perguruan tinggi atau menggunakan metode analisis yang berbeda untuk memperoleh hasil yang lebih mendalam.

REFERENSI

- Angelista, F. D., Anggraini, L. D., & Putri, A. U. (2024). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup dan sikap keuangan terhadap perilaku keuangan mahasiswa pengguna Shopee PayLater. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(3), 696–705. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i3.1197>.
- Azzahra, Y. C., Widyastuti, L. Y., & Rustyawati, R. (2025). Analisis persepsi kemudahan penggunaan Shopee PayLater dan pengaruhnya pada perilaku pembelian impulsif. *Journal of Financial Economics & Investment*, 5(3), 176–189. <https://doi.org/10.22219/jofei.v5i3.42133>.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Girsang, A. G., & Dewi, M. H. U. (2024). Pengaruh penggunaan Shopee PayLater, literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 13(12). <https://doi.org/10.24843/EEP.2024.v13.i12.p01>.
- Herlin, I., & Widodoatmodjo, S. (2024). Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Perceived Risk, dan Price Discount terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee PayLater dengan Brand Image sebagai Variabel Moderasi pada Generasi Z. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 8(6), 1303–1316. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v8i6.33625>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2013). The economic importance of financial literacy. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 65.
- OECD. (2022). *OECD/INFE Guidance on Digital Delivery of Financial Education*. <https://doi.org/10.1787/c980ce2b-en>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024*. <https://ojk.go.id/>
- Rifa'i, M., Alabror, D., & Agustim, W. (2022). Perceptions of easy of use, benefits, and risks of their effect on interest in Shopee PayLater using the Shopee marketplace as a mediation variable. *Jurnal Ekonomi*.
- Simamora, D., & Panjaitan, R. (2026). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna Shopee PayLater di Universitas HKBP Nommensen Medan. *Journal of Golden Generation Economic*, 2(1). <https://doi.org/10.65244/jggeconomic.v2i1.372>.
- Siddiqi, M. F., & Sari, E. N. (2025). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee PayLater bagi mahasiswa Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Nurul Jadid.
- Trixsiana, A., & Lestari, W. (2024). February 2024, Revised : 13. *Ekspektra : Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 8(1), 64–79.