

ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN PAYLATER TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PERANTAU DI KOTA BANDUNG (MAHASISWA FEBI UIN SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG)

Mia Lasmi Wardiyah¹, Melani Aprilia², Abyan Hammami Mufid³, Ahmad Zahid Aliyuddin⁴, Rahil Aditya Saputra⁵

UIN Sunan Gunung Djati Bandung

e-mail: mialasmiwardiyah@ymail.com¹, melanaprilia54@gmail.com², abyanmufid21@gmail.com³,
4hmdali@gmail.com⁴, rahiladityasaputra@gmail.com⁵

Abstrak – Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh penggunaan layanan Paylater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perantau di Bandung. Pendekatan kuantitatif asosiatif digunakan dengan melibatkan 32 responden. Uji instrumen menunjukkan seluruh item valid dan reliabel. Hasil deskriptif menunjukkan penggunaan Paylater berada pada kategori sedang, sedangkan perilaku konsumtif berada pada kategori rendah. Analisis korelasi memperlihatkan hubungan positif signifikan, sementara regresi menunjukkan bahwa penggunaan Paylater memberikan kontribusi sebesar 28,2% terhadap perilaku konsumtif.

Kata Kunci: Paylater, Perilaku Konsumtif, Mahasiswa, Fintech.

Abstract – This study investigates the impact of Paylater utilization on the consumptive behavior of migrant students in Bandung. A quantitative associative method was applied involving 32 respondents who used Paylater services. Validity and reliability tests confirmed all questionnaire items to be valid and reliable. Descriptive results show that Paylater usage is moderate while consumptive behavior remains low. Pearson correlation reveals a significant positive relationship, and linear regression indicates that Paylater usage contributes 28.2% to consumptive behavior.

Keywords: : Paylater, Consumptive Behavior, Student Spending, Fintech.

PENDAHULUAN

mengalami kemajuan yang sangat signifikan. Salah satu inovasi yang paling banyak diminati masyarakat adalah layanan pembayaran tunda atau paylater, yaitu fitur yang memungkinkan pengguna membeli barang atau jasa dan membayarnya di masa mendatang, baik secara cicilan maupun sekali bayar. Kemudahan ini secara psikologis mendorong tindakan belanja impulsif, yaitu membeli barang tanpa rencana yang matang. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa fasilitas kredit digital bisa meningkatkan kebiasaan konsumtif karena memberi kesan bahwa uang cukup tersedia (Handayani, F. 2021).

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Bandung, yang dianggap memiliki bekal pengetahuan lebih baik tentang manajemen keuangan dan prinsip ekonomi Islam, pada kenyataannya juga turut aktif menggunakan layanan paylater. Fasilitas ini tidak hanya digunakan untuk keperluan akademik, tetapi juga memenuhi kebutuhan konsumtif seperti membeli pakaian, makanan siap saji, hiburan, hingga perjalanan. Fenomena tersebut menimbulkan pertanyaan mengenai bagaimana penggunaan paylater berkaitan dengan perilaku keuangan mahasiswa, tingkat pengendalian diri, serta pola hidup konsumtif yang mereka miliki.

Pada mahasiswa perantau, dampak penggunaan paylater cenderung lebih besar karena mereka menghadapi kondisi ekonomi dan sosial yang berbeda dari mahasiswa yang tinggal bersama keluarga. Kemudahan bertransaksi tanpa harus memiliki uang tunai mendorong terjadinya pembelian impulsif, terutama ketika mereka berusaha menyesuaikan diri dengan lingkungan baru. Sejumlah penelitian mengungkapkan bahwa akses mudah terhadap kredit digital dapat meningkatkan perilaku konsumsi yang tidak terencana dan menciptakan

persepsi keliru bahwa keuangan masih mencukupi, sehingga pembelian barang yang kurang penting semakin sering terjadi.

Dari sudut pandang psikologis, perilaku tersebut berkaitan dengan present bias, yaitu kecenderungan individu untuk lebih memilih kepuasan jangka pendek dibandingkan mempertimbangkan risiko di masa depan. (Laibson, D. 1997) Fenomena ini terlihat jelas pada mahasiswa perantau pengguna Paylater. Mahasiswa perantau yang mengalami tekanan emosional seperti rasa kesepian, stres akademik, atau rindu kampung halaman lebih rentan melakukan pembelian spontan. Ditambah lagi, lingkungan kota Bandung yang penuh fasilitas hiburan, pusat belanja, dan aktivitas sosial turut mendorong pola konsumsi yang tinggi. Semakin sering menggunakan Paylater, semakin mungkin mereka membeli untuk menunjukkan kepribadian atau menyesuaikan diri dengan lingkungan sosial di sekitar (Anggraini, D. 2020).

Meskipun begitu, penggunaan paylater tidak sepenuhnya berdampak buruk. Mahasiswa yang memiliki sikap finansial yang baik dan kontrol diri yang kuat dapat memanfaatkan layanan ini sebagai sarana pengelolaan keuangan, terutama untuk kebutuhan mendesak. Namun, berbagai studi menyatakan bahwa mayoritas mahasiswa lebih sering menggunakan paylater untuk konsumsi bersifat gaya hidup. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh penggunaan paylater terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa FEBI UIN Bandung serta memberikan kontribusi dalam meningkatkan literasi keuangan dan mendukung penerapan prinsip kehati-hatian sesuai nilai-nilai ekonomi Islam. Penelitian ini berfokus pada identifikasi tingkat penggunaan Paylater, tingkat perilaku konsumtif, hubungan antarvariabel, serta besaran pengaruh penggunaan Paylater terhadap perilaku konsumtif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan 32 mahasiswa perantau sebagai responden. Kuantitatif asosiatif adalah jenis penelitian kuantitatif yang bertujuan mengetahui hubungan (asosiasi) antara dua variabel atau lebih. Fokus utamanya adalah untuk menjawab apakah suatu variabel memiliki keterkaitan dengan variabel lainnya, dan seberapa kuat hubungan tersebut. Instrumen yang digunakan berupa kuesioner skala likert 1-5 yang terdiri dari 10 item untuk variabel X dan 10 item untuk variabel Y yang digunakan untuk mengukur variabel penggunaan Paylater dan perilaku konsumtif. Validitas diuji melalui korelasi item-total dan reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha. Analisis data mencakup statistik deskriptif, uji normalitas, korelasi Pearson dan Spearman, serta regresi linear sederhana.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Paylater berada pada kategori sedang, yang mengindikasikan bahwa mahasiswa cukup sering memanfaatkan layanan Paylater terutama untuk memenuhi kebutuhan cepat dan kemudahan transaksi. Sementara itu, perilaku konsumtif cenderung rendah, menandakan mahasiswa relatif mampu mengendalikan pembelian yang bersifat impulsif. Namun, hasil uji korelasi dan regresi menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan dari penggunaan Paylater terhadap perilaku konsumtif. Temuan ini konsisten dengan teori perilaku konsumen yang menyebutkan bahwa kemudahan akses kredit dapat meningkatkan kecenderungan konsumtif (Kotler & Keller, 2016).

Tabel 1. Statistik Deskriptif Variabel

Variabel	N	Mean	Std. Dev	Min	Maks
Penggunaan Paylater (X)	32	2.40	1.04	1.00	3.90
Perilaku Konsumtif (Y)	32	2.17	0.83	1.00	3.80

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Analisis deskriptif menunjukkan bahwa penggunaan Paylater berada pada kategori sedang, mencerminkan bahwa mahasiswa cukup sering memanfaatkan layanan tersebut. Sementara itu, perilaku konsumtif berada pada kategori rendah, menunjukkan bahwa mahasiswa relatif mampu mengontrol pengeluaran mereka.

Tabel 2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Penggunaan Paylater (X)	0.94	Sangat Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	0.88	Sangat Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pada kedua variabel memiliki nilai korelasi di atas r tabel sehingga dinyatakan layak. Uji reliabilitas menunjukkan nilai alpha di atas 0,88, mengindikasikan konsistensi internal instrumen yang sangat baik.

Tabel 3. Hasil Uji Korelasi Pearson

Variabel	r	Sig. (p)	Keterangan
X → Y	0.531	0.0018	Signifikan

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

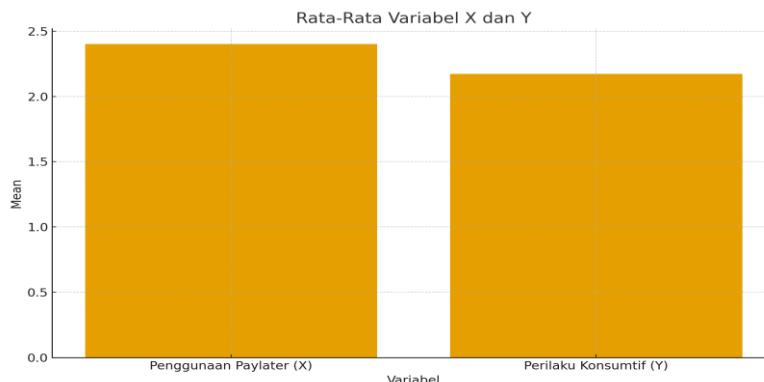
Uji normalitas memperlihatkan bahwa variabel X tidak berdistribusi normal, sedangkan variabel Y berdistribusi normal. Oleh karena itu, analisis hubungan menggunakan Pearson dan Spearman. Hasil uji Pearson menunjukkan hubungan positif dan signifikan ($r = 0.531$; $p < 0.05$), yang berarti semakin intens penggunaan Paylater, semakin tinggi kecenderungan perilaku konsumtif.

Tabel 4 Hasil Uji Regresi Linear

Komponen	Nilai
Konstanta (a)	1.165
Koefisien Regresi (b)	0.420
R-Square	0.282

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

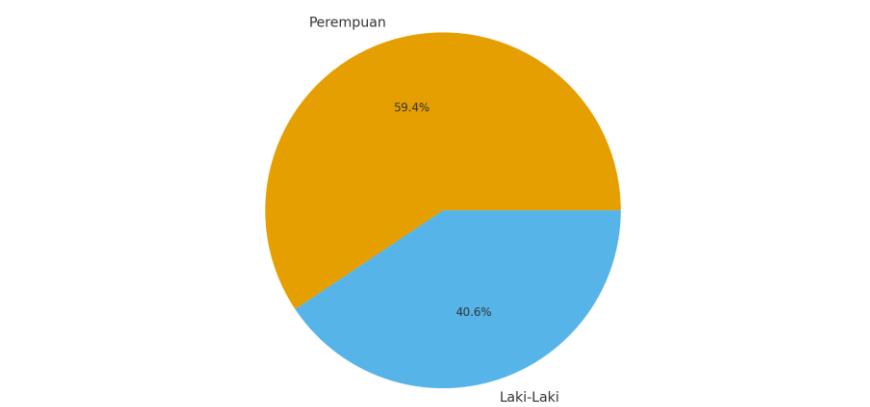
Model regresi menghasilkan persamaan $Y = 1.165 + 0.420X$ dengan kontribusi pengaruh sebesar 28,2% ($R^2 = 0.282$). Hal ini mengindikasikan bahwa Paylater merupakan salah satu faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, meskipun masih terdapat variabel lain yang lebih dominan.



Sumber: Hasil Riset (2025)

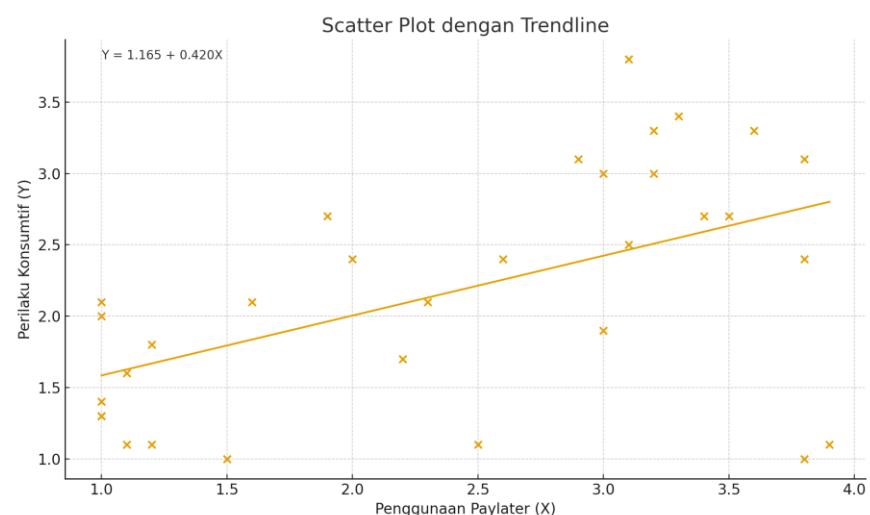
Gambar 1. Diagram Batang Variabel X dan Y

Distribusi Jenis Kelamin



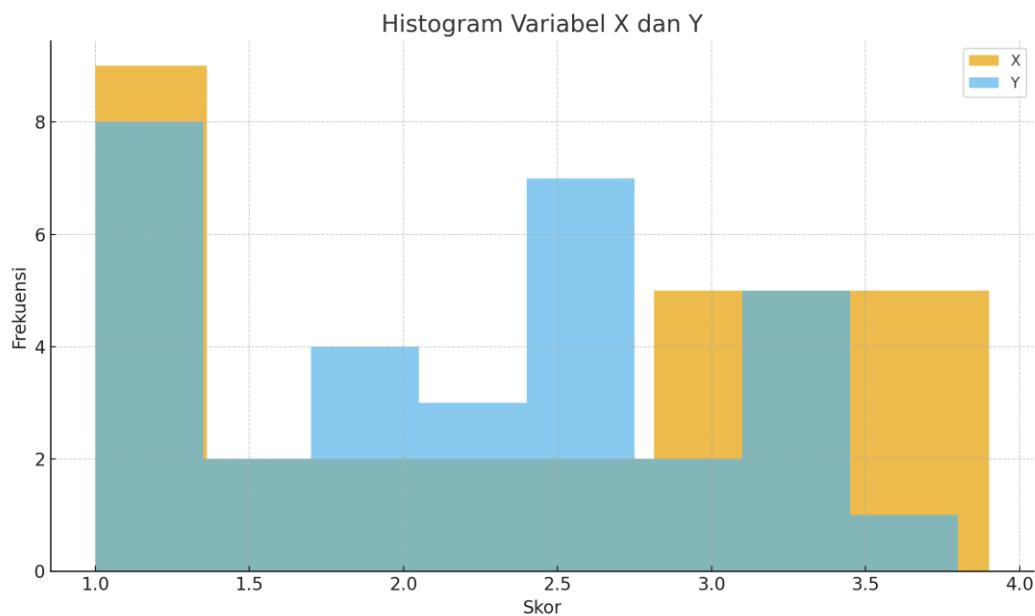
Sumber: Hasil Riset (2025)

Gambar 2. Pie Chart Distribusi Jenis Kelamin

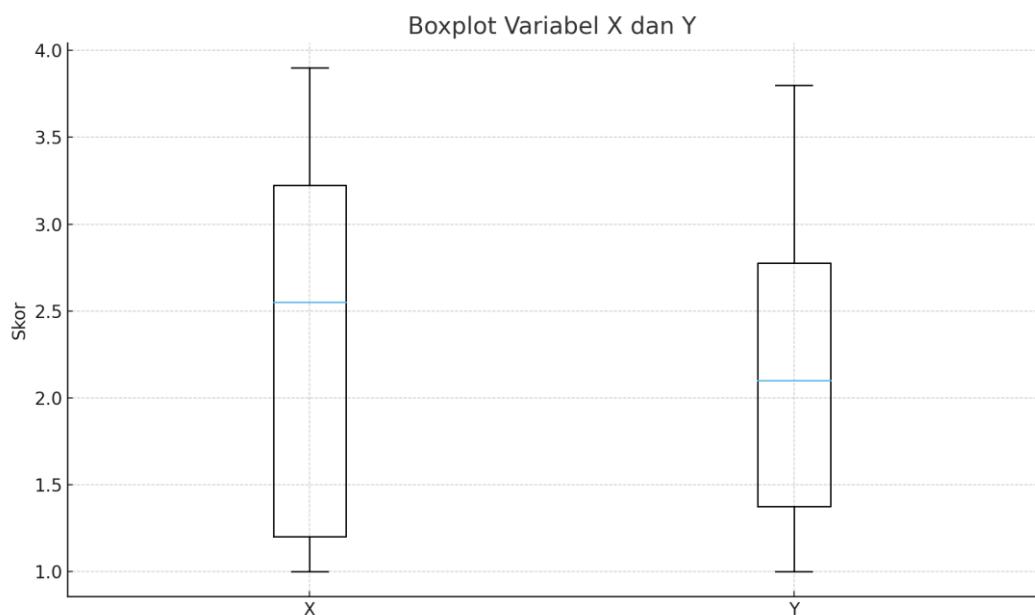


Sumber: Hasil Riset (2025)

Gambar 3. Skater Plot dengan Tredline



Sumber: Hasil Riset (2025)
Gambar 4. Histogram Variabel X dan Y



Sumber: Hasil Riset (2025)
Gambar 5. Boxplot Variabel X dan Y.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa tingkat penggunaan layanan Paylater di kalangan mahasiswa perantau berada pada kategori sedang, yang menunjukkan bahwa mahasiswa cukup sering memanfaatkan fasilitas pembayaran tunda untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari maupun kebutuhan sekunder. Sementara itu, tingkat perilaku konsumtif berada pada kategori rendah, yang mengindikasikan bahwa sebagian besar mahasiswa masih memiliki kemampuan untuk mengontrol pengeluaran meskipun terpapar akses kredit digital yang mudah.

Hasil analisis korelasi mengungkapkan adanya hubungan positif dan signifikan antara penggunaan Paylater dan perilaku konsumtif. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi frekuensi dan intensitas mahasiswa dalam menggunakan Paylater, semakin besar pula kecenderungan mereka untuk melakukan pembelian bersifat konsumtif. Temuan ini diperkuat melalui analisis regresi linear sederhana yang menunjukkan bahwa penggunaan Paylater memiliki kontribusi sebesar 28,2% terhadap variasi perilaku konsumtif mahasiswa perantau. Dengan kata lain, hampir sepertiga kecenderungan konsumtif dapat dijelaskan oleh sejauh mana mahasiswa memanfaatkan layanan Paylater.

Meskipun sebagian besar mahasiswa berada pada kategori perilaku konsumtif rendah, adanya pengaruh signifikan dari penggunaan Paylater mengindikasikan bahwa fitur pembayaran tunda ini dapat menjadi faktor pemicu konsumsi yang tidak selalu selaras dengan kemampuan finansial mahasiswa. Kemudahan transaksi, proses persetujuan yang cepat, serta fleksibilitas pembayaran yang ditawarkan oleh Paylater berperan dalam meningkatkan kecenderungan berbelanja, terutama pada mahasiswa yang mengalami dorongan emosional atau gaya hidup konsumtif.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa Paylater bukan hanya berfungsi sebagai sarana pembayaran alternatif, tetapi juga memiliki implikasi psikologis dan perilaku yang perlu diperhatikan. Pihak mahasiswa disarankan untuk lebih bijak dalam menggunakan fasilitas kredit digital, sementara lembaga pendidikan dan penyedia layanan fintech dapat mempertimbangkan program literasi keuangan guna meminimalisasi risiko konsumsi berlebihan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, I. D. (2022). The influence of financial literacy, financial behavior, digital payment and paylater on students' consumptive behavior in the Covid-19 pandemic era. *Innovative Technologica: Methodical Research Journal*, 1(4), 1–14. <https://doi.org/10.47134/innovative.v1i4.44>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alamsyah, F. (2023). Digital payments and changing customer behaviour in local food businesses. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 9(1), 34–42.
- Anggraini, D. (2020). Tekanan sosial dalam perilaku konsumtif mahasiswa perantau. *Journal of Youth and Society*, 120.
- Balaji, R., Karthik, P., & Bhuvan, P. (2025). Digital payment apps and impulse buying: Analysing spending behaviours among university students. *EPRA International Journal of Multidisciplinary Research*, 11(4), 123–131.
- Dewi, A. A. (2024). The effect of digital payment on Generation Z's consumptive behaviour. *International Journal Administration, Business & Organization*, 5(3), 1–10. <https://doi.org/10.61242/ijabo.24.321>
- Dewi, A. A., & Alamsyah, F. (2023). Dampak ketersediaan pembayaran digital terhadap loyalitas pelanggan. *International Journal Administration, Business & Organization*, 10(2), 45–54.
- Di Maggio, M., Katz, J., & Williams, E. (2022). Buy now, pay later credit: User characteristics and effects on spending patterns. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4198320>
- Felix, A., Vindis, Yulianto, R., Lyem, R., Alexander, F., & Sutrisno, J. (2024). Pengaruh Shopee PayLater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa: Antara kemudahan dan perangkap. *Jurnal Digismantech*, 4(2), 33–43. <http://dx.doi.org/10.30813/digismantech.v4i2.7605>
- From instant gratification to long-term consequences: How buy now, pay later influences consumer behavior and financial stability. (2024). *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 8(9), 408–409. <https://doi.org/10.47772/IJRIS>

- Gathergood, J., Guttman-Kenney, B., & Hunt, S. (2022). Buy now, pay later credit: User characteristics and effects on spending. *Journal of Financial Regulation*, 8(2), 233–260.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariante. UNDIP.
- Handayani, F. (2021). Pengaruh layanan kredit instan terhadap perilaku belanja impulsif. *Jurnal Perilaku Konsumen*, 77.
- Jones, T., Smith, L., & Brown, R. (2023). Young consumers and the risks of buy now, pay later services. *Journal of Consumer Policy*, 46(1), 89–108.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). Marketing management. Pearson.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- McKinsey & Company. (2023). Global payments report 2023: Trends in digital payments and buy now, pay later adoption. *McKinsey Quarterly*, 59(3), 77–92.
- Pratama, R., & Lestari, S. (2022). The role of financial self-control in moderating the effect of digital payments on consumptive behaviour. *Journal of Behavioral Finance and Economics*, 4(3), 144–159.
- Rahmawati, N., & Putri, D. (2021). Shopee Paylater usage and impulsive buying behaviour among college students. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 13(2), 87–98.
- Severino, F., & Streeter, T. (2022). Democratizing credit? Fintech, buy now, pay later, and consumer overextension. *Journal of Financial Technology*, 4(1), 1–21.
- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif. Alfabeta.
- Tan, H., & Lim, A. (2023). Assessing the financial impact of buy now, pay later services in Malaysia. *Asian Journal of Finance & Accounting*, 15(2), 112–130.
- Widiatria, J., & colleagues. (2023). Pengaruh gaya hidup dan fasilitas paylater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Bisnis*, 8(2), 55–66.
- Wong, J., Lee, S., & Choi, K. (2022). Buy now, pay later services and financial wellbeing: Evidence from Malaysia. *International Journal of Consumer Studies*, 46(6), 2151–2167.
- Zahra, S. F., & Saptono, A. (2023). The influence of economic literacy, social media, and digital payments on students' consumptive behavior. *International Journal of Economics and Business*, 5(2), 101–115.