

**PENGARUH FITUR *PAY LATER* DALAM APLIKASI *SHOPEE* TERHADAP
PERILAKU *IMPULSE BUYING***

(Studi Kasus Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro)

SKRIPSI

Oleh

AGUS KURNIAWAN

19210001



**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL**

IKIP PGRI BOJONEGORO

2023

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH FITUR *PAYLATER* DALAM APLIKASI *SHOPEE* TERHADAP
PERILAKU *IMPULSE BUYING*

(Studi Kasus Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI
Bojonegoro)

Oleh

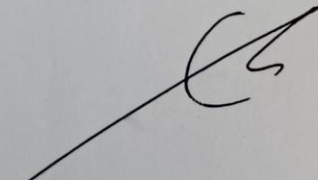
AGUS KURNIAWAN

NIM: 19210001

Disetujui oleh

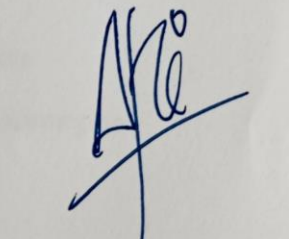
Pembimbing I

Pembimbing II



Avis Crusma Fradani. S.Pd.,M.Pd.

NIDN: 0729048802



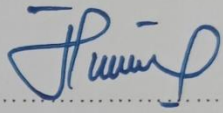

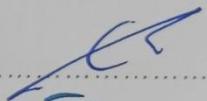
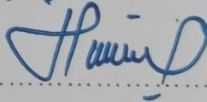

Ari Indriani. S.Pd.,M.Pd.

NIDN: 0705077303

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH MINAT MENJADI GURU TERHADAP KEPUTUSAN
MAHASISWA MEMILIH PROGRAM STUDI PENDIDIKAN
EKONOMI
IKIP PGRI BOJONEGORO

Oleh
AGUS KURNIAWAN
NIM: 19210001

Telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 14 Agustus 2023
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima
sebagai kelengkapan memperoleh gelar Sarjana Pendidikan
Dewan Penguji

Ketua :	Dr. Taufq Hidayat. M.Pd	()
Sekretaris :	Rika Pristiani Fitri Astuti S.Pd, M.Pd	()
Anggota :	Ayis Crusma Fradani. S.Pd.,M.Pd	()
	Dr. Taufq Hidayat. M.Pd	()
	Moh. Fuadul Matin S.S, M.Pd	()

Mengesahkan
Rektor IKIP PGRI Bojonegoro

Dr. JUNARTI, M.Pd
NIDN: 0014016501

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama AGUS KURNIAWAN

:

NIM 19210001

:

Program Pendidikan Ekonomi

Studi :

Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

:

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil plagiasi, baik sebagian maupun seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku

Bojonegoro, Agustus 2023

Penulis



AGUS KURNIAWAN

ABSTRAK

Kurniawan, A., K. 2023. Pengaruh Pengaruh Fitur *Pay Later* Dalam Aplikasi *Shopee* Terhadap Perilaku *Impulse Buying* (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro) Pembimbing (I) Ayis Crusma Fradani. S.Pd.,M.Pd., (II) Ari Indriani. S.Pd.,M.Pd.

Kata kunci : **Shopee, Fitur Pay Later dan Perilaku Impulse Buying**

Fenomena belanja *online* yang semakin berkembang ini menjadikan konsumen mudah dalam berbelanja. Dimana mahasiswa IKIP PGRI Bojonegoro khususnya program Studi Pendidikan Ekonomi yang banyak mengikuti trend fashion zaman sekarang. Aplikasi *Shopee* ini memberikan beberapa fitur baru salah satunya, kemudahan dalam metode pembayaran. Aplikasi *Shopee* ini memiliki fitur *Paylater* atau sering di sebut *Shopee Paylater*. Metode pembayaran *Shopee Paylater* ini memiliki pengertian barang datang baru bisa bayar atau dicicil. *Paylater* sendiri adalah sistem pembayaran cicilan *online* yang mengadopsi sistem kredit tanpa kartu kredit. Transaksi *Paylater* dapat digunakan untuk berbagai transaksi seperti belanja, *booking* tiket pesawat, dan penginapan secara *online*.

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh fitur *Paylater* dalam aplikasi *Shopee* terhadap keputusan *Impulse Buying*, Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro. Objek penelitian ini adalah Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonom IKIP PGRI Bojonegoro, jenis penelitian ini metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan angket dan kuisioner.

Dari penelitian sebelumnya memperoleh hasil bahwa kemudahan dalam penggunaan teknologi *paylater* memberikan pengaruh terhadap perilaku pembelian *impulsif* pengguna *e-commerce* di Indonesia. Disimpulkan bahwa kemudahan dalam penggunaan teknologi *paylater* oleh pengguna *e-commerce* di Indonesia sangat baik sehingga pengguna *paylater* cenderung melakukan *impulse buying* saat berbelanja.

Penelitian ini menunjukkan hasil hipotesis H_a ditolak dan H_0 diterima, artinya tidak ada hubungan antara pengaruh penggunaan fitur *Shopee Paylater* terhadap perilaku *impulse buying* mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonom IKIP PGRI Bojonegoro dan tingkat pengaruhnya. Hasil penelitian menunjukkan t-hitung variabel *Shopee paylater* (X) adalah 12.952 dengan signifikan sebesar 0,000. Sedangkan nilai t-tabel pada $\alpha = 0,05$ adalah 0,453 Hal ini menunjukkan bahwa t-hitung > t-tabel ($4.084 > 1,984$) dan nilai sig $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak.

ABSTRACT

Kurniawan, A., K. 2023. Pengaruh Pengaruh Fitur *Pay Later* Dalam Aplikasi *Shopee* Terhadap Perilaku *Impulse Buying* (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro) Pembimbing (I) Ayis Crusma Fradani. S.Pd.,M.Pd., (II) Ari Indriani. S.Pd.,M.Pd.

This growing online shopping phenomenon makes it easy for consumers to shop. Where are the students of IKIP PGRI Bojonegoro, especially the Economic Education Study Program, who follow many of today's fashion trends. This Shopee application provides several new features, one of which is the convenience of payment methods. This Shopee application has a Paylater feature or often called Shopee Paylater. The Shopee Paylater payment method means that when goods arrive, they can pay or be paid in installments. Paylater itself is an online installment payment system that adopts a credit system without a credit card. Paylater transactions can be used for various transactions such as shopping, booking airplane tickets, and lodging online.

The purpose of this research is to find out how much influence the Paylater feature in the Shopee application has on Impulse Buying decisions, Case Study of Students of the Economics Education Study Program IKIP PGRI Bojonegoro. The object of this study were students of the Economist Education Study Program, IKIP PGRI Bojonegoro, this type of research was a quantitative method. Data collection techniques using questionnaires and questionnaires.

From previous research, it was found that the ease of using paylater technology has an influence on the impulsive buying behavior of e-commerce users in Indonesia. It was concluded that the ease of using paylater technology by e-commerce users in Indonesia is very good so that paylater users tend to make impulse purchases when shopping.

This study shows that the results of the hypothesis H_a are rejected and H_0 is accepted, meaning that there is no relationship between the effect of using the Shopee Paylater feature on impulse buying behavior of students of the Economist Education Study Program IKIP PGRI Bojonegoro and the level of influence. The results showed that the t-count of the Shope paylater (X) variable was 12,952 with a significance of 0.000. Meanwhile, the t-table value at $\alpha = 0.05$ is 0.453. This shows that t-count > t-table ($4,084 > 1.984$) and a sig value of $0.000 < 0.05$, then H_0 is rejected.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas limpahan Rahmat dan karunia-nya sehingga skripsi dengan judul “Pengaruh Minat Menjadi Guru Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Program Studi Pendidikan Ekonomi Ikip PGRI Bojonegoro” ini dapat terselesaikan pada waktu yang telah direncanakan.

Selama proses penyusunan skripsi ini banyak hambatan yang dihadapi penulis, namun dapat terselesaikan berkat banyak pihak yang memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis. Pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Junarti, M.Pd selaku Rektor IKIP PGRI Bojonegoro
2. Dr. Fruri Stevani, M.Pd selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial IKIP PGRI Bojonegoro.
3. Rika Pristian Fitri Astuti, S.Pd, M.Pd selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro.
4. Ayis Crusma Fradani. S.Pd.,M.Pd.selaku Dosen Pembimbing I dalam melaksanakan pengerjaan skripsi penulis.
5. Ari Indriani. S.Pd.,M.Pd selaku Dosen Pembimbing II dalam melaksanakan pengerjaan skripsi penulis.
6. Bapak/ibu dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama perkuliahan.
7. Untuk Putri Novitasari terimakasih sudah membantu dari awal hingga akhir ujian skripsi
8. Rekan – rekan seperjuangan penulis di kelas Pendidikan Ekonomi Angkatan 2019 serta sahabat-sahabat penulis lainnya.

Hanya ungkapan terimakasih dan do‘a tulus yang dapat penulis persembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkannya. Kritik dan saran dari semua pihak sangat penulis harapkan untuk penyempurnaan karya-karya penulis selanjutnya. Perimakasih.

Bojonegoro, 08 Agustus 2023

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
PENDAHULUAN.....	1
A. Latarbelakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Definisi Operasional.....	8
BAB II.....	9
KAJIAN TEORI.....	9
A. Kajian Teoretis.....	9
B. Penelitian Relevan	42
C. Kerangka Berpikir.....	55
D. Hipotesis Penelitian	57

BAB III.....	58
METODE PENELITIAN.....	58
A. Rancangan Penelitian.....	58
B. Populasi dan Sampel.....	58
C. Variabel Penelitian.....	60
D. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	61
E. Teknik Analisis Data	63
BAB IV	71
PAPARAN DATA, HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	71
A. Paparan data... ..	71
B. Hasil Penelitian.....	72
C. Pembahasan... ..	79
BAB V.....	86
PENUTUP.....	86
A. Kesimpulan.....	86
B. Saran... ..	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	92

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Identitas responden berdasarkan prodi dan tahun angkatan	71
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Instrument Variabel X	72
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Y	73
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas X.....	74
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Y.....	74
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas.....	75
Tabel 4.7 Hasil Regresi Linier Sederhana	76
Tabel 4.8 Hasil uji t.....	78
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisian determinan (R^2)	79

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latarbelakang Masalah

Perkembangan teknologi membuat masyarakat mudah dalam memperoleh informasi salah satunya kemudahan dalam berbelanja. Belanja secara *online*, meningkatkan penjualan barang dan jasa tercapai dengan memanfaatkan kemajuan teknologi yang ada saat ini (Palinggi dan Limbongan 2020, 226). Di Indonesia dapat dijumpai *platform* marketplace *e-commerce* yang beragam salah satunya aplikasi *Shopee*. *Shopee* adalah sebuah aplikasi yang bergerak di bidang jual beli secara *online* dan dapat diakses dengan mudah menggunakan gawai (Fitri, Madona, Syamsudin, 2022).

Aplikasi ini juga menjual berbagai produk kebutuhan baik primer maupun sekunder, tawaran promo yang menarik hingga yang terbaru ialah fitur pembayaran. Metode pembayaran yang terbaru dari aplikasi *Shopee* ialah metode pembayaran *Shopee Pay Later*, dengan adanya kemudahan ini diharapkan dapat menarik minat konsumen untuk berbelanja di aplikasi *Shopee*. Damasta dan Widayanto 2018 hal 148 menyatakan pelaku bisnis berlomba-lomba memenangkan kompetisi pasar yang semakin ketat, dengan banyaknya kompetitor bermunculan yang menciptakan fitur-fitur kemudahan bagi pelanggan dalam melakukan kegiatan transaksi seperti, pembayaran, melalui transfer bank, debit kredit, pembayaran melalui Alfamart atau

Indomaret, *Cash On Delivery (COD)* dan yang terbaru *Shopee Pay Later* atau lebih mudahnya adalah kredit.

Metode pembayaran yang beragam ini membuat banyak konsumen untuk memilih metode pembayaran yang sesuai dengan keadaan mereka, namun dalam penelitian ini hanya akan membahas metode pembayaran *Paylater* dalam aplikasi *Shopee*. Metode pembayaran *Shopee Pay Later* yaitu metode pembayaran kredit dimana proses belanja ini barang datang namun dapat dibayar dengan membayar secara dicicil atau kredit. Canestren dan Saputri (2020) menyatakan Fitur *paylater* merupakan layanan pinjaman *online* tanpa kartu kredit yang memungkinkan konsumen membayar suatu transaksi di kemudian hari, baik dengan sekali bayar atau dengan mencicil.

Paylater adalah sistem pembayaran cicilan *online* yang mengadopsi sistem kredit tanpa kartu. Sistem pembayaran *paylater* dapat digunakan untuk berbagai transaksi seperti belanja, booking tiket pesawat, dan penginapan secara *online*. Di Indonesia sudah banyak *e-commerce* dan platform *online* lainnya yang sudah mengadopsi sistem pembayaran *paylater*, seperti Traveloka, Ovo, Tokopedia, Gojek, Shopee, dan lain sebagainya (Sari, 2021).

Perkembangan *e-commerce* berdampak pada metode pembayaran yang semula hanya dikenal sebagai pembayaran tunai, berbasis kertas dan berbasis kartu, namun kini mulai diperkenalkan sistem pembayaran baru berbasis elektronik. Penggunaan *paylater* di perkirakan menjadi salah satu pemicu perilaku kepuasan pelanggan dalam minat beli ulang. Oleh karena itu

penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengukur seberapa berpengaruh *paylater* terhadap perilaku *impuls buying* dalam berbelanja online di *Shopee*. Menurut Tarantang dalam (Rahmatika Sari 2020) Pembayaran digital adalah pembayaran menggunakan teknologi. Uang tersebut disimpan kemudian diproses dan diterima dalam bentuk informasi dalam pembayaran digital, proses transfer uang dilakukan dengan menggunakan alat pembayaran elektronik. Saat ini telah banyak dianut oleh bisnis berbasis web di Indonesia, mulai dari organisasi hiburan, pemesanan tiket dan penginapan, pusat komersial, hingga koperasi spesialis transportasi online. (Nabila, 2020).

Metode pembayaran perkembangan dengan seiringnya waktu salah satunya metode pembayaran *Paylater*, metode pembayaran ini memiliki fungsi yang sama dengan kartu kredit, kelebihan yang ditawarkan dari teknologi ini ialah cara mendaftar yang relatif sangat mudah jika dibandingkan dengan kartu kredit. Seperti halnya kartu kredit, *paylater* mempermudah konsumen untuk memenuhi segala kebutuhannya, mulai dari berbelanja kebutuhan primer hingga hiburan seperti pembelian tiket pesawat, pemesanan hotel, tiket rekreasi, dan lainnya kemudian pengguna dapat membayar disetiap tanggal jatuh tempo yang sudah ditetapkan, (Sari, 2021).

Platform penyedia layanan *paylater* ialah *Shopee*. Hingga tahun 2020, jumlah pengguna *Shopee Paylater* mencapai angka 1,27 juta pengguna dengan akumulasi *borrower* yang aktif mencapai 67% yakni sekitar 850 ribu orang *borrower*. Jumlah dana pinjaman yang dikeluarkan oleh *Shopee Paylater* mencapai hampir Rp1,5 Triliun dengan tingkat keberhasilan mencapai hampir 95% (Lentera Dana, 2020), dari sini dapat dilihat bahwa

pengguna *Shopee Paylater* cukuplah banyak akibat kemudahan dalam bertansaksi yang membuat konsumen sering tidak dapat mengabaikan keinginan untuk membeli produk yang menurutnya menarik, ini yang dinamakan dengan istilah *Impulse Buying*.

Impulse Buying merupakan sebuah perilaku yang dilakukan konsumen ketika membeli produk yang tidak direncanakan secara langsung. Pembelian *impulsive* merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli sebuah produk dengan spontan dan segera (Rook dan Fisher, 1995). Sedangkan menurut (Baumeister, 2002) *impulsive buying* adalah dorongan yang tiba-tiba datang untuk membeli sebuah produk, pembelian ini tidak terencana atau tidak ada niatan awal untuk membeli, dimana konsumen akan membeli produk atas dasar dorongan tanpa mempertimbangkan akibat jangka panjang dari pembelian. Pembelian yang tidak terencana atau hanya mengikuti nafsu belangang tanpa memikirkan apakah perlu barang tersebut atau tidak, dan hanya mementingkan keinginan tanpa memperhitungkan keperluan dari barang tersebut.

Perilaku tersebut dapat disebabkan oleh dua faktor yang berasal dari diri individu itu sendiri maupun dari pasar (Harmon dan Novia, 2016). Prinsip kerja dari perilaku *Impulse Buying ini* tidak sama dengan model umum keputusan pembelian, dimana dalam model keputusan lain ada proses bertahap dan menganalisis apa barang yang dibutuhkan dan yang tidak di butuhkan, sedangkan perilaku impuls buyin seseorang tidak mengetahui dasar alasan dari pembelian barang yang mereka beli (Widawati, 2011). Hal yang sama juga di jelaskan oleh (Harmon dan Novia, 2016) bahwa *Impulse Buying* dapat disebabkan

oleh dorongan dari konsumen itu sendiri maupun dari faktor lainnya, yang mengakibatkan mereka tidak sadar apa yang mereka butuhkan dan apa yang tidak mereka butuhkan dalam berbelanja.

Fenomena belanja *online* yang semakin berkembang menjadikan konsumen mudah dalam berbelanja. Aplikasi *Shopee* ini terdapat beberapa fitur barusalah satunya, kemudahan dalam metode pembayaran. Kemudahan dalam aplikasi *Shopee* ini disebut metode pembayaran *Paylater* atau sering di sebut *Shopee Paylater*. Metode pembayaran *Shopee Paylater* ini memiliki pengertian barang datang baru bisa bayar atau dicicil. *Paylater* adalah sistem pembayaran cicilan online yang mengadopsi sistem kredit tanpa kartu. Sistem pembayaran *paylater* dapat digunakan untuk berbagai transaksi seperti belanja, booking tiket pesawat, dan penginapan secara online. (Sari, 2021).

Adanya kemudahan metode pembayaran ini menjadikan konsumen memiliki perilaku *Impulse Buying*, pembayaran yang membuat pengguna menjadi ringan dalam membayar dengan jangka waktu yang diberikan. Perilaku *Impulse Buying* adalah perilaku membeli barang yang disukai tetapi tidak memikirkan kegunaan barang tersebut. Manning dan Recee mendefinisikan bahwa *impulse buying* adalah salah satu yang mendorong calon pelanggan untuk bertindak karena daya tarik atas sentimen atau gairah tertentu. (Yuniarti et al., 2021)

Dari penjabaran tersebut maka penelitian ini akan mengukur seberapa berpengaruhnya metode pembayaran *Shopee Paylater* terhadap perilaku *Impuls Buying*. Penelitian ini mengambil data dari Mahasiswa

perguruan tinggi IKIP PGRI Bojonegoro khususnya dalam program studi Pendidikan Ekonomi dari tingkat 1 sampai dengan tingkat 4. Melihat banyaknya mahasiswa program studi tersebut yang memiliki aplikasi *Shopeepay*. Banyak Mahasiswa yang menggunakan *shopeepay* ini telah dilakukan uji pada penelitian sebelumnya, maka dari itu penelitian ini mengangkat Aplikasi *Shopee* dan *Shopee Paylater* untuk mengetahui permasalahan apa yang menyebabkan mahasiswa IKIP PGRI Bojonegoro khususnya program studi Pendidikan Ekonomi memiliki perilaku *Impulse Buying*.

Adanya Fitur *PayLater* ini tentunya akan memudahkan untuk melakukan pembayaran yang sifatnya akan dilunasi kemudian hari. Namun dalam penggunaan fitur ini tergantung kebijakannya pengguna itu sendiri, khususnya Mahasiswa Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro yang menggunakan fitur ini dalam belanjanya. Penelitian ini dilakukan secara kuantitatif dan bertujuan untuk mengetahui perilaku Mahasiswa Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro dalam menggunakan Fitur *PayLater*.

B. Rumusan Masalah

Penjelasan diatas mengenai fitur *Paylater* dalam aplikasi *Shopee* terhadap keputusan *Impulse Buying* yang akan dibahas lebih mendalam dalam penelitian ini yaitu “Bagaimana pengaruh fitur *Paylater* dalam aplikasi *Shopee* terhadap keputusan *Impulse Buying*, Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonogoro ?”

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh fitur *Paylater* dalam aplikasi *Shopee* terhadap keputusan *Impulse Buying*, Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro.

D. Manfaat Penelitian

Setiap penelitian diharapkan akan memberikan manfaat kepada semua pihak-pihak yang bersangkutan. Adapun manfaat yang diharapkan dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Memberikan Wawasan Mengenai Metode Pembayaran *Pay Later* Dalam Aplikasi *Shopee* serta mengetahui mengenai keputusan *Impulse Buying*.

2. Secara Praktis

Dapat bermanfaat bagi masyarakat umum khususnya pengguna *e-commerce* untuk lebih memperhatikan metode pembayaran yang sesuai dengan masing-masing pribadi agar tidak menimbulkan spekulasi negative terhadap jenis metode pembayaran serta mencegah untuk melakukan pembelian dengan mengikuti nafsu belakanga tanpa memikirkan kegunaan barang tersebut yang disebut perilaku *Impulse Buying*.

E. Definisi Operasional

1. Aplikasi Shopee

Aplikasi Shopee merupakan platform belanja online yang saat ini banyak di gunakan masyarakat untuk kebutuhan yang perlukan.

2. Pay Later

Paylater merupakan sebuah alternatif metode pembayaran yang mengadopsi sistem cicilan secara online tanpa memerlukan kartu kredit.

3. Impulse Buying

Pembelian yang tidak terencana atau hanya mengikuti nafsu belaka tanpa memikirkan apakah perlu barang tersebut atau tidak, dan hanya mementingkan keinginan tanpa memperhitungkan keperluan dari barang tersebut.