

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN SHOPEE
PAYLATER TERHADAP *IMPULSE BUYING* PRODUK
FASHION PADA MAHASISWA PRODI PENDIDIKAN
EKONOMI IKIP PGRI BOJONEGORO**

SKRIPSI



**diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan**

**Oleh
ELY ROSALIA
NIM: 20210004**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
IKIP PGRI BOJONEGORO
2024**

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN SHOPEE
PAYLATER TERHADAP *IMPULSE BUYING* PRODUK
FASHION PADA MAHASISWA PRODI PENDIDIKAN
EKONOMI IKIP PGRI BOJONEGORO**

SKRIPSI

Diajukan kepada
IKIP PGRI Bojonegoro
Untuk memenuhi salah satu persyaratan
Dalam menyelesaikan Program Sarjana Pendidikan (S1)

Oleh :

ELY ROSALIA
NIM: 20210004

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
IKIP PGRI BOJONEGORO
2024**

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan dan Shopee *Paylater* Terhadap *Impulse Buying* Produk *Fashion* Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro”. Disusun oleh :

Nama : Ely Rosalia
NIM : 20210004
Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Untuk disetujui oleh dosen pembimbing dan diajukan ke tahap ujian skripsi.

Bojonegoro, 05 Juli 2024

Pembimbing I,



Ayis Crusma Fradani, M.Pd

NIDN. 0729048802

Pembimbing II,



Dr. Fruri Stevani, M.Pd

NIDN. 0723048902

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan dan Shopee *Paylater* Terhadap *Impulse Buying* Produk *Fashion* Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro” disusun oleh :

Nama : Ely Rosalia


NIM : 20210004

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Telah dipertahankan dalam sidang skripsi pada Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, IKIP PGRI Bojonegoro pada hari Senin, tanggal 22 Juli 2024.

Bojonegoro, 22 Juli 2024

Ketua,



Dr. Fruri Stevani, M.Pd

NIDN. 0723048902


Sekretaris,



Rika Pristian F.A., M.Pd

NIDN. 0715068801

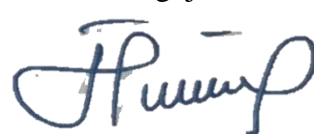
Penguji I,



Nur Rohman, S.Pd., M.Pd

NIDN. 0713078301

Penguji II,



Dr. Taufiq Hidayat, S.Pd., M.Pd

NIDN. 0727128902

Rektor

Dr. Junarti, M.Pd

NIDN. 0014016501

MOTTO

*“Hidup merupakan petualangan
yang berani atau
tidak ada sama sekali”*

-Hellen Keller -

*“Tidak ada mimpi yang terlalu tinggi. Tak ada mimpi yang patut untuk
diremehkan. Lambungkan setinggi yang kau inginkan dan gapailah dengan
selayaknya yang kau harapkan”*

-Maudy Ayunda-

*“karena kalian adalah anak-anak muda pilihan, yang berkesempatan mereguk
dalamnya sumur ilmu pengetahuan”*

-Najwa Shihab-

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT. Saya persembahkan skripsi ini kepada orang-orang yang saya sayangi :

- 1) Keluarga besar, terutama kedua orang tua saya tercinta Bapak Syahid dan Ibu Rukmini yang telah mendidik dan mengupayakan pendidikan bagi saya, tidak pernah lelah untuk selalu mendoakan dan memberikan dukungan kepada saya baik dalam bentuk moral, materil serta selalu mencurahkan kasih sayang dan motivasi yang tidak terbatas. Semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan dan kebahagiaan untuk mereka.
- 2) Untuk adikku, Meishila Aurelia Rahmawati yang selalu ada untuk saya setiap saat, memberikan dukungan penuh atas goals yang ingin saya capai, terimakasih telah menjadi saudara yang sangat pengertian untuk kakak, dan menjadi support system yang begitu berpengaruh dalam keberhasilan saya Menyusun skripsi ini.
- 3) Untuk teman dekatku Nindi Firisqina yang selalu memberikan semangat serta nasehat sekaligus dari awal masuk perkuliahan hingga saat ini membersamaiku dalam situasi dan kondisi apapun, 4 tahun yang telah kita lewati terasa sangat berarti.
- 4) Untuk teman sebingganku Siska, Winda, Fillah, dkk yang memiliki solidaritas tinggi, selalu berjalan bersama dan saling mengingatkan terkait penulisan skripsi ini. Saya dapat menyelesaikan skripsi ini tidak lepas dari dukungan kalian.

- 5) Seluruh teman seperjuangan Angkatan 2020, khususnya program studi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro.

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ely Rosalia

NIM : 20210004

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Fakultas : FPIPS (Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial)

Demi menjunjung tinggi integritas, dengan tulus dan tanpa ada paksaan dari pihak manapun, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

“Pengaruh Literasi Keuangan dan Shopee Paylater Terhadap *Impulse Buying* Produk *Fashion* Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro”

Merupakan hasil karya asli saya sendiri dan semua sumber informasi yang digunakan telah saya cantumkan dengan jelas dalam data referensi berdasarkan kode etik ilmiah. Saya menyadari bahwa apabila ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan terkait dengan keaslian karya ini, **saya secara pribadi** bersedia menerima konsekuensi sesuai dengan peraturan yang berlaku dan siap menanggung saksi hukum.

Bojonegoro, 05 Juli 2024



Ely Rosalia

NIM. 20210004

ABSTRAK

Rosalia, Ely. 2024. “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Shopee *Paylater* Terhadap *Impulse Buying* Produk *Fashion* Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro”. Skripsi, Pendidikan Ekonomi, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, IKIP PGRI Bojonegoro. Pembimbing (I) Ayis Crusma Fradani, S.Pd., M.Pd. Pembimbing (II) Dr. Fruri Stevani, S.Pd., M.Pd.

Kata kunci : Literasi Keuangan, Shopee *Paylater*, Dan *Impulse Buying*.

Penelitian ini didorong oleh adanya perilaku *impulse buying* di kalangan mahasiswa program studi pendidikan ekonomi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara parsial literasi keuangan dan shopee *paylater* terhadap *impulse buying* produk *fashion* dan pengaruh secara simultan literasi keuangan dan shopee *paylater* terhadap *impulse buying* produk *fashion* mahasiswa prodi pendidikan ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket dengan menggunakan skala likert dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan uji instrumen berupa uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, uji prasyarat atau asumsi klasik berupa uji normalitas, uji linieritas, uji multikolinieritas, dan uji heterokedastisitas, dan uji hipotesis berupa analisis regresi berganda, analisis determinasi, uji T (parsial) dan uji F (simultan).

Berdasarkan hasil analisis data dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh secara parsial dan simultan literasi keuangan dan shopee *paylater* terhadap *impulse buying*. Hal ini dapat ditunjukkan dengan hasil uji T (parsial) Literasi Keuangan (X1) terhadap *Impulse Buying* (Y) menunjukkan nilai sig 0.027 dan nilai t(hitung) sebesar 2.230, maka H0 ditolak dan H1 diterima karena signifikansi $0.027 < 0.05$ dan nilai $t(\text{hitung}) 2.230 > t(\text{tabel}) 1.976$. Dan hasil Uji T shopee *paylater* (X2) terhadap *Impulse Buying* (Y) menunjukkan nilai sig 0.002 dan nilai t(hitung) sebesar 3.158, maka H0 ditolak dan H2 diterima karena signifikansi $0.002 < 0.05$ dan nilai $t(\text{hitung}) 3.158 > t(\text{tabel}) 1.976$. Kemudian hasil uji hipotesis F (Simultan) menunjukkan bahwa nilai $F(\text{hitung}) 7.505 > F(\text{tabel}) 3.06$ atau nilai signifikansi $0.001 < 0.05$, hal ini dapat diartikan bahwa H0 ditolak dan H3 diterima.

ABSTRACT

Rosalia, Ely. 2024. The Influence of Financial Literacy and Shopee Paylater on Impulse Buying Fashion Products among Economic Education Study Program Students at IKIP PGRI Bojonegoro. Thesis, Economic Education, Faculty of Social Sciences Education, IKIP PGRI Bojonegoro. Supervisor (I) Ayis Crusma Fradani, S.Pd., M.Pd. Supervisor (II) Dr. Fruri Stevani, S.Pd., M.Pd.

Keywords : Financial Literacy, Shopee Paylater, and Impulse Buying.

This research is driven by impulse buying behavior among students of the economics education study program. The purpose of this study is to determine the partial influence of financial literacy and shopee paylater on the impulse buying of fashion products and the simultaneous influence of financial literacy and shopee paylater on the impulse buying of fashion products of students of the IKIP PGRI Bojonegoro economic education study program.

The data collection method in this study uses a questionnaire or questionnaire using a likert scale and documentation. This study uses instrument tests in the form of validity tests and reliability tests. The data analysis techniques used are analysis descriptif, prerequisite tests or classical assumptions in the form of normality tests, linearity tests, multicollinearity tests, and heterokedasticity tests, and hypothesis tests in the form of multiple regression analysis, determination analysis, T test (partial) and F test (simultaneous).

Based on the results of data analysis, it can be concluded that there is a partial and simultaneous influence of financial literacy and shopee paylater on impulse buying. This can be shown by the results of the T (partial) Financial Literacy (X1) test against Impulse Buying (Y) showing a sig value of 0.027 and a t(calculating) value of 2,230, then H0 was rejected and H1 was accepted because of the significance of $0.027 < 0.05$ and the t(calculating) value of $2,230 > t(\text{table}) 1,976$. And the results of the shopee paylater (X2) T Test against Impulse Buying (Y) show a sig value of 0.002 and a t(calculate) value of 3.158, then H0 is rejected and H2 is accepted because of the significance of $0.002 < 0.05$ and the t(calculate) value of $3.158 > t(\text{table}) 1.976$. Then the results of the F (Simultaneous) hypothesis test show that the value of F(calculate) is $7.505 > F(\text{table})$ is 3.06 or the significance value is $0.001 < 0.05$, this can be interpreted that H0 is rejected and H3 is accepted.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penyusunan skripsi yang berjudul **“PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN SHOPEE PAYLATER TERHADAP IMPULSE BUYING PRODUK FASHION PADA MAHASISWA PRODI PENDIDIKAN EKONOMI IKIP PGRI BOJONEGORO”** ini dapat diselesaikan guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) Pada Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial IKIP PGRI Bojonegoro.

Dalam proses penyusunan skripsi ini penulis berupaya secara maksimal untuk menyusun yang sebaik-baiknya, meskipun adanya hambatan dan rintangan namun skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik berkat bantuan dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu ungkapan terimakasih ini penulis persembahkan kepada :

1. Dr. junarti, M.Pd selaku Rektor IKIP PGRI Bojonegoro
2. Dr. Fruri Stevani, M.Pd selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial dan sekaligus dosen pembimbing II yang memberikan arahan dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Rika Pristian F.A., M.Pd selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro.
4. Ayis Crusma Fradani, M.Pd selaku dosen pembimbing I yang memberikan arahan dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh dosen IKIP PGRI Bojonegoro khususnya jurusan Pendidikan Ekonomi.
6. Teman-temanku seperjuangan pendidikan ekonomi Angkatan 2020 yang tidak henti-hentinya memotivasi saya selama kuliah sekaligus dalam menyusun skripsi ini.
7. Dan semua pihak yang telah membantu skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan, namun penulis telah berusaha semaksimal mungkin untuk menyusun dan memperoleh hasil skripsi dengan baik. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

Bojonegoro, 05 Juli 2024

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ely Rosalia', with a stylized flourish at the end.

Ely Rosalia

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL PUNGGUNG	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
1. Manfaat Teoritis	11
2. Manfaat Praktis	11
E. Definisi Operasional.....	12
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Kajian Pustaka.....	15
B. Kerangka Teoritis.....	54
C. Kerangka Berpikir.....	61
D. Hipotesis Penelitian.....	63
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan Penelitian	64
B. Tempat dan Waktu Penelitian	64

C. Populasi, Sampel dan Sampling	65
D. Teknik Pengumpulan Data	69
E. Teknik Analisis Data	73
F. Teknik Validasi Data	81
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	89
B. Pembahasan.....	114
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	128
B. Saran.....	130
DAFTAR RUJUKAN.....	132
LAMPIRAN-LAMPIRAN	135

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 mahasiswa pengguna Spaylater	6
Tabel 2.1 tenor cicilan shopee paylater.....	32
Tabel 2.2 penelitian yang relevan	54
Tabel 3.1 populasi penelitian	66
Tabel 3.2 sampel penelitian.....	67
Tabel 3.3 susunan penilaian skala likert	71
Tabel 3.4 instrumen penelitian variabel literasi keuangan.....	83
Tabel 3.5 instrumen penelitian variabel shopee <i>paylater</i>	84
Tabel 3.6 instrumen penelitian variabel <i>impulse buying</i>	85
Tabel 3.7 kisi-kisi instrumen untuk angket literasi keuangan.....	85
Tabel 3.8 kisi-kisi instrumen untuk angket shopee <i>paylater</i>	86
Tabel 3.9 kisi-kisi instrumen untuk angket <i>impulse buying</i>	87
Tabel 4.1 pelaksanaan penelitian	90
Tabel 4.2 karakteristik responden berdasarkan kelas.....	91
Tabel 4.3 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	92
Tabel 4.4 uji validitas isi	94
Tabel 4.5 hasil uji reliabilitas	95
Tabel 4.6 hasil uji statistik deskriptif	96
Tabel 4.7 hasil uji normalitas	98
Tabel 4.8 hasil uji linieritas variabel X1 terhadap Y	99
Tabel 4.9 hasil uji linieritas variabel X2 terhadap Y	100
Tabel 4.10 hasil uji multikolinearitas	101
Tabel 4.11 hasil uji heterokedastisitas	102
Tabel 4.12 hasil analisis regresi berganda.....	103
Tabel 4.13 hasil uji koefisien determinasi.....	105
Tabel 4.14 hasil uji T variabel X1 terhadap Y	109

Tabel 4.15 hasil uji T variabel X2 terhadap Y	110
Tabel 4.16 hasil uji F (simultan)	113

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 survei populix : <i>Spaylater</i>	3
Gambar 2.1 tampilan form metode pembayaran.....	29
Gambar 2.2 tampilan form check out.....	30
Gambar 2.3 tampilan form masukan PIN <i>Spaylater</i>	30
Gambar 2.4 kerangka berpikir.....	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran hasil uji validitas.....	135
Lampiran kuesioner	137
Lampiran hasil kuesioner	140
Lampiran lembar validasi.....	164
Lampiran dokumentasi.....	176

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Evolusi teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan pengaruh terhadap banyak elemen kehidupan pada era digitalisasi, termasuk keuangan. Industri keuangan memiliki pengaruh yang signifikan pada sektor ekonomi. Kemajuan teknologi juga membawa kemudahan bagi dunia usaha khususnya perdagangan. Selain itu, teknologi informasi terus maju, berkembang, dan semakin kompleks. Kemajuan teknologi memberikan banyak manfaat bagi kehidupan masyarakat. Kemudahan ini juga dapat ditemukan di bidang perdagangan. Perdagangan dan teknologi informasi merupakan dua keterkaitan yang tidak dapat dipisahkan saat ini. (Novendra & Aulia, 2020:49).

Istilah *e-commerce* muncul dari kegiatan yang memadukan perdagangan dan teknologi informasi (Hendarsyah, 2019:49). Seiring dengan perubahan pola hidup masyarakat dan juga berkembangnya teknologi, belanja online telah digemari masyarakat dan menjadi faktor pendukung *e-commerce* di Indonesia (Simon et al, 2023:347). Menurut Prawiro (2023:347), E-Commerce adalah transaksi komersial yang dilakukan antara pembeli dan penjual dalam hubungan kontrak yang sama untuk melakukan transaksi pada media digital, yang tidak mengharuskan para pihak untuk bertemu secara fisik. E-Commerce dapat dilakukan di

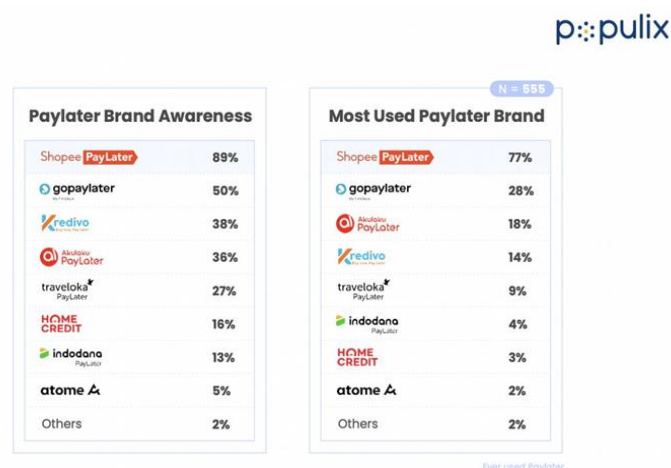
komputer, laptop, atau smartphone, dan terdapat beberapa produk, metode penerimaan pesan, metode pembayaran, metode pengiriman, dan layanan pelanggan. E-commerce kini semakin populer di kalangan masyarakat Indonesia. Berdasarkan statistik Statista Market Insight yang dilansir pada akhir tahun 2021, jumlah pengguna E-Commerce di Indonesia akan mencapai 178,94 juta pada tahun 2022 dan diperkirakan akan tumbuh menjadi 196,47 juta pada akhir tahun 2023. Faktanya, jumlah konsumen E-commerce terus bertambah. Perdagangan ini diperkirakan akan berlanjut hingga empat tahun ke depan. Statista memperkirakan jumlah pengguna e-commerce di Indonesia akan mencapai 244,67 juta pada tahun 2027.

Ada berbagai macam platform perdagangan online yang ada di Indonesia, termasuk Shopee. Shopee dapat diartikan sebagai aplikasi jual beli secara online dengan akses yang mudah melalui perangkat (Fradani, A.C dkk, 2023:489). Menurut databoks, Shopee menerima rata-rata 216 juta kunjungan per bulan selama kuartal ketiga tahun 2023, per Desember. Jika dibandingkan dengan situs e-commerce lainnya, Shopee memiliki trafik paling banyak. Shopee akan meluncurkan promosi 1.1 New Year Sale pada awal tahun 2024, yang menunjukkan komitmen Shopee dalam membantu masyarakat Indonesia mengawali tahun dengan positif. Hal tersebut disampaikan oleh Daniel Minardi, Direktur Kemitraan Bisnis Shopee Indonesia, dan dirilis pada Kamis, 4 Januari 2024, dipublish pada databoks. Pengunjung Shopee diharapkan terus meningkat setiap bulannya hingga tahun 2024. Selain e-commerce yang pesat. Di Indonesia, teknologi di

bidang keuangan juga semakin berkembang dan transaksi menjadi sebuah kebutuhan dan gaya hidup bagi seluruh lapisan masyarakat. Selain *e-commerce* seperti shopee yang semakin berkembang di indonesia, teknologi di bidang keuangan juga ikut berkembang dengan menciptakan inovasi baru yaitu *financial technology* (fitri dkk, 2022:489). *Fintech* merupakan hasil perkembangan teknologi pada sektor jasa industri keuangan. Layanan ini mengintegrasikan aktivitas gaya hidup digital seperti pembelian ke dalam kehidupan sehari-hari (Stevani, F dkk, 2023:2272). Salah satu inovasi dari *financial technology* adalah *paylater* (fitri dkk, 2022:489). Kemampuan *Paylater* menyederhanakan sistem perdagangan online dalam hal prasyarat, pendaftaran, dan proses aktivasi yang cepat sehingga *paylater* menjadi metode pembayaran yang lebih unggul dibandingkan yang lainnya (Anastasya, 2020:401).

Gambar 1.1

Survei Populix : Shopee Paylater jadi brand yang banyak digunakan



sumber : survei VOI populix, 2024

Riset Populix terbaru bertajuk “*Unveiling Indonesia’s Financial Evolution: Fintech Lending and Paylater Adoption*” menemukan kecenderungan meningkatnya layanan *paylater* di kalangan masyarakat Indonesia. Saat ini sudah banyak sekali brand penyedia layanan *paylater* yang masuk ke Indonesia. Populix menemukan bahwa Shopee *Paylater* adalah merek paling populer di kalangan responden, yaitu sebesar 89%. Berdasarkan data Populix, Shopee *Paylater* mengungguli merek lain, disusul GoPay dan Kredivo *Paylater*.

Metode pembayaran Shopee *Paylater* merupakan suatu teknik pembayaran kredit dimana produk dikirimkan namun dapat dibayar secara mencicil atau dengan kredit (Survei Populix, 2023). Kemudian, Canestren dan Saputri (2022:490) menyatakan bahwa fitur *paylater* adalah solusi pembiayaan online yang tidak memerlukan kartu kredit sehingga memudahkan pengguna untuk membayar transaksi mereka di kemudian hari, sekaligus atau dengan tarif yang ditetapkan, sehingga memudahkan pembayaran. Karena kemudahan pembayaran, pembeli sering tidak dapat mengendalikan hasrat untuk melakukan pembelian suatu barang yang menarik ini dikenal sebagai pembelian impulsif (Widawati, 2022:73).

Impulse buying didefinisikan sebagai tindakan pembelian yang tidak berhubungan dengan kebutuhan atau rencana pembelian (Saputra H.A, 2022:348). *Impulse buying* dapat menimbulkan dampak negatif bagi individu, sesuai dengan pendapat dari Tinarbuko (2022:1528) yang menyatakan bahwa pembelian impulsif dapat memberikan dampak negatif

bagi individu, hal ini menjelaskan bahwa pembelian impulsif berdampak pada peningkatan biaya pengeluaran, perasaan menyesal terkait permasalahan keuangan, dan keinginan untuk memanjakan diri dalam berbelanja serta perasaan kecewa akibat pembelian produk yang berlebihan. Fenomena yang banyak ditemui di kalangan pelajar atau mahasiswa seperti membuat keputusan pembelian yang terburu-buru tanpa mendapatkan pengetahuan tentang pemahaman manajemen keuangan yang baik. Banyak orang yang belum memiliki literasi keuangan, dan meluasnya pemanfaatan literasi keuangan dari berbagai informasi sebatas berita saja tanpa diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari (Juliardi, 2023:73). Literasi keuangan didefinisikan sebagai kemampuan untuk menggunakan dan mengelola uang untuk mencapai kesejahteraan finansial jangka panjang (Kurniawan dkk., 2022:79).

Literasi keuangan bermanfaat bagi pengguna e-commerce, ketika pengguna melek finansial maka mendapatkan kendali atas perilaku belanja mereka (Putri dkk, 2023:74). Pemahaman literasi keuangan diperlukan untuk meminimalkan perilaku konsumsi saat membeli barang dan jasa (Irmawati dkk, 2023:74). Berdasarkan observasi awal yang dilakukan oleh peneliti sebagai langkah awal dalam melakukan penelitian, terdapat data mahasiswa yang pernah melakukan transaksi pembelian produk menggunakan shopee *paylater*. Berikut data mahasiswa prodi pendidikan ekonomi dari tingkat 1-4 yang menggunakan shopee *paylater* untuk bertransaksi :

Tabel 1.1
Mahasiswa Pengguna Shopee Paylater

Tingkat	Kelas	Jumlah mahasiswa	Jumlah pengguna shopee paylater
Tingkat 1	Ekonomi A	38 mahasiswa	28 mahasiswa
	Ekonomi B	38 mahasiswa	24 mahasiswa
Tingkat 2	Ekonomi A	32 mahasiswa	19 mahasiswa
	Ekonomi B	31 mahasiswa	17 mahasiswa
Tingkat 3	Ekonomi A	39 mahasiswa	25 mahasiswa
	Ekonomi B	32 mahasiswa	17 mahasiswa
Tingkat 4	Ekonomi	27 mahasiswa	19 mahasiswa
Total		237 mahasiswa	149 mahasiswa
Total pengguna shopee paylater			149 mahasiswa

Sumber : observasi pra penelitian

Dari data yang dilansir tersebut, total mahasiswa prodi pendidikan ekonomi berjumlah 237 mahasiswa. Kemudian, untuk mahasiswa yang pernah bertransaksi menggunakan shopee *paylater* berjumlah 149 mahasiswa dan mahasiswa yang pernah melakukan transaksi menggunakan shopee *paylater* didominasi oleh tingkat 1A kemudian disusul oleh tingkat 3A dan 1B hingga yang paling rendah di tingkat 2B dan 3B. Mahasiswa yang pernah transaksi menggunakan shopee *paylater* rata-rata dari mahasiswa perempuan, hal ini didasari karena konsumsi perempuan lebih tinggi dibandingkan laki-laki. Berdasarkan observasi pra penelitian, beberapa mahasiswa melakukan pembelian suatu produk dengan adanya perilaku *impulse buying*. Hal ini terbukti dengan setiap pembelian yang dilakukan oleh beberapa mahasiswa dilakukan secara tiba-tiba, perasaan

ingin membeli suatu produk timbul tanpa direncanakan sebelumnya misalnya ketika melihat suatu produk yang dirasa menarik dan bagus kemudian muncullah keinginan untuk melakukan pembelian saat itu juga. Produk fashion adalah produk yang biasa dibeli oleh mereka seperti baju, celana, kerudung, tas, dll. Dalam sebulan mereka melakukan pembelian terhitung 4-5 kali, pembelian barang dilakukan tanpa berpikir ulang, bertindak dalam seketika tanpa mempertimbangkan hal-hal lainnya seperti kondisi keuangan, barang tersebut benar-benar sedang dibutuhkan atau tidak, serta pembelian tersebut dilakukan karena kesenangan semata atau mengikuti hawa nafsu sesaat.

Pembelian yang dilakukan beberapa mahasiswa secara online di shopee berawal dari gairah yang tidak dapat dikendalikan sebagai perempuan yang notabene gemar berbelanja, apalagi ketika muncul produk-produk fashion yang sesuai dengan style fashion mereka, sehingga membuat mereka berkeinginan untuk melakukan *check out* tanpa pikir panjang. Dampak kebelakang atau akibat dari pembelian yang secara tiba-tiba sering diabaikan seperti pengeluaran yang terlalu banyak, penyesalan diakhir yang dirasakan, serta keuangan yang menipis. Hal ini selaras dengan pendapat dari Tinarbuko (2022:1528) yang menyatakan dampak buruk dari pembelian spontan adalah pembengkakan pengeluaran, rasa penyesalan terkait masalah keuangan serta rasa kecewa membeli barang secara spontan. Kemudian, dalam observasi terkait penggunaan shopee *paylater*, beberapa mahasiswa menyatakan bahwa setiap melakukan *check out* produk mereka

sering menggunakan *paylater* sebagai alat transaksi atau metode pembayaran, dalam 4-5 kali pembelian perbulan mereka menggunakan *paylater* karena metode pembayaran menggunakan shopee *paylater* terdapat sistem “beli sekarang, bayar nanti” atau dapat dikatakan sistem pembayarannya dengan cara dicicil. Setiap konsumen dapat membeli produk di shopee meskipun tidak memiliki dana atau uang, sehingga ketika beberapa mahasiswa tersebut tidak memiliki uang mereka masih bisa berbelanja membeli produk yang mereka inginkan, hal ini dirasa mempermudah mereka dengan adanya layanan *paylater* yang dapat dicicil pembayarannya. Literasi keuangan sangat berguna bagi konsumen pengguna e-commerce, konsumen yang memiliki pengetahuan keuangan akan mampu mengelola perilaku konsumsinya (Putri dkk, 2023:74). Dalam wawancara terkait literasi keuangan, pemahaman keuangan beberapa mahasiswa masih minim.

Adapun yang pertama, kurangnya pemahaman tentang pengetahuan keuangan seperti pengetahuan akan investasi dan asuransi serta mempertimbangkan produk sebelum membuat keputusan yang tepat dan terinformasi dengan baik. Kemudian yang kedua, kurangnya pemahaman tentang perilaku keuangan seperti perilaku yang dibutuhkan untuk lebih tahan terhadap goncangan (*financial resilient*) dalam bentuk perilaku menabung secara aktif, berpikir ulang sebelum membeli sesuatu, membayar tagihan atau tanggungan tepat waktu, cenderung tidak memperhatikan secara seksama permasalahan keuangan dan belum mempunyai tujuan

keuangan jangka panjang. Dan yang terakhir adalah kurangnya pemahaman tentang sikap keuangan, mereka cenderung memprioritaskan keinginan pendek daripada keamanan jangka panjang atau membuat rencana keuangan jangka panjang. Dari pernyataan tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan mengetahui pengaruh literasi keuangan dan shopee paylater terhadap impulse buying produk fashion pada mahasiswa prodi ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Cheryl Ramadany dan Sherly Artadita (2022) menyimpulkan bahwa variabel literasi keuangan (X1), persepsi kemudahan penggunaan (X2), dan persepsi manfaat menggunakan Shopee *PayLater* (X3) semuanya mempunyai pengaruh simultan atau positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif (Y). Pengetahuan finansial, persepsi kemudahan penggunaan, dan manfaat dari penggunaan Shopee *Paylater* juga memiliki pengaruh parsial signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif. Kemudian, Aulia Tri Nanda dkk. (2023) menemukan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku pembelian impulsif, sedangkan penggunaan dompet elektronik atau dompet digital sebagai mekanisme pembayaran memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif.

Berdasarkan observasi pra-penelitian yang dilakukan oleh peneliti dan literatur pendukung dari penelitian terdahulu, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN SHOPEE PAYLATER TERHADAP *IMPULSE*

BUYING PRODUK FASHION PADA MAHASISWA PRODI
PENDIDIKAN EKONOMI IKIP PGRI BOJONEGORO”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah literasi keuangan secara parsial berpengaruh terhadap *impulse buying* produk fashion pada mahasiswa prodi pendidikan ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro?
2. Apakah shopee *paylater* secara parsial berpengaruh terhadap *impulse buying* produk fashion pada mahasiswa prodi pendidikan ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro?
3. Apakah literasi keuangan dan shopee *paylater* secara simultan berpengaruh terhadap *impulse buying* produk fashion pada mahasiswa prodi pendidikan ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro

C. Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya, maka dalam penelitian ini ditetapkan tujuan penelitian yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan secara parsial terhadap *impulse buying* produk fashion pada mahasiswa prodi pendidikan ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro
2. Untuk mengetahui pengaruh shopee *paylater* secara parsial terhadap *impulse buying* produk fashion pada mahasiswa prodi pendidikan ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro

3. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan dan shopee *paylater* secara simultan terhadap *impulse buying* produk fashion pada mahasiswa prodi pendidikan ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau kegunaan baik dari sisi teoritis maupun praktis.

1. Manfaat teoritis

- a. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai rujukan dalam mengetahui pengaruh pengetahuan literasi keuangan terhadap perilaku *impulse buying* dan penggunaan shopee *paylater* terhadap perilaku *impulse buying*.
- b. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dan informasi bagi peneliti lain yang berminat untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh literasi keuangan dan shopee *paylater* terhadap perilaku *impulse buying*.

2. Manfaat praktis

1) Bagi peneliti

Mengetahui pengaruh literasi keuangan dan shopee *paylater* terhadap perilaku *impulse buying*. Serta penelitian ini diharapkan menambah wawasan bagi peneliti dan menjadi manfaat untuk kehidupan peneliti kedepannya.

2) Bagi mahasiswa

Hasil penelitian ini dapat memberikan pengetahuan mahasiswa mengenai pentingnya literasi keuangan dalam melakukan pembelian suatu produk. Selain itu, dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan mahasiswa mengenai perilaku impulse buying agar tidak menjadi suatu kebiasaan bagi setiap individu dalam melakukan pembelian produk.

E. Definisi Operasional

1. Literasi Keuangan.

Literasi Keuangan merupakan pemahaman seseorang atau individu mengenai 3 hal yaitu :

1.1 Pengetahuan Keuangan,

Pengetahuan finansial ini menilai kapasitas individu dalam menangani sumber dayanya. Pengetahuan keuangan ini memungkinkan individu untuk membandingkan barang dan membuat keputusan keuangan yang dapat diterima dan terinformasi dengan baik.

1.2 Perilaku keuangan,

Perilaku finansial ini dapat diukur dari apakah individu telah menunjukkan perilaku yang dituntut untuk lebih tahan terhadap guncangan (financial resiliency), yang meliputi aktif menabung,

berpikir dua kali sebelum membeli sesuatu, mencermati permasalahan keuangan, dan memiliki tujuan finansial.

1.3 Sikap Keuangan,

Sikap keuangan ini ditunjukkan dengan bagaimana responden memprioritaskan keuangan jangka pendek di atas keamanan jangka panjang atau membuat tujuan keuangan jangka panjang.

2. *Shopee Paylater*

Shopee Paylater adalah mekanisme pembayaran berbasis pinjaman yang diberikan oleh Shopee kepada konsumennya. shopee paylater dapat diukur dari penggunaan shopee paylater dalam setiap transaksi saat melakukan pembelian di e-commerce shopee, frekuensi penggunaan dalam transaksi shopee, dan apakah konsumen sering menggunakan shopee paylater untuk memudahkan pembayaran.

3. *Impulse Buying*

Pembelian impulsif atau *impulse buying* merupakan pembelian spontan yang dilakukan oleh individu tanpa memperhatikan jangka panjang atau perolehan suatu barang. Perilaku pembelian impulsif didefinisikan oleh keputusan spontan seseorang untuk membeli suatu produk. Kekuatan, paksaan, dan intensitas. Kegembiraan dan rangsangan, serta ketidaktahuan akan implikasi dari melakukan pembelian impulsif tanpa perencanaan jangka panjang.

4. Produk *Fashion*.

Fashion merupakan salah satu aspek kehidupan masyarakat dan dapat mewakili kepribadian dan status sosialnya. Yang menarik orang untuk membeli produk fesyen, misalnya, adalah perkembangan tren baru yang terus-menerus dalam industri tersebut. Selain itu, fashion juga sangat penting karena menyediakan pakaian untuk aktivitas sehari-hari.