



## Pengaruh Pembayaran melalui Metode Paylater Terhadap Minat Belanja Mahasiswa (Studi Kasus: Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten)

Desty Anggraini<sup>1</sup>, Elmesie Berlentie<sup>2</sup>, Rido Maulana<sup>3</sup>, Hadi Peristiwo<sup>4</sup>, Wahyu Hidayat<sup>5</sup>, Fitri<sup>6</sup>.

<sup>1-5</sup> Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten

<sup>6</sup>ITB Nobel Makassar

e-mail: [221410160.desty@uinbanten.ac.id](mailto:221410160.desty@uinbanten.ac.id), [221410162.elmesie@uinbanten.ac.id](mailto:221410162.elmesie@uinbanten.ac.id),  
[221410171.rido@uinbanten.ac.id](mailto:221410171.rido@uinbanten.ac.id), [wahyu.hidayat@uinbanten.ac.id](mailto:wahyu.hidayat@uinbanten.ac.id), [fitriaza@nobel.ac.id](mailto:fitriaza@nobel.ac.id)

Alamat : Jalan Jendral Sudirman No. 30 Panancangan Cipocok Jaya, Sumurpecung, Kec. Serang,  
Kota Serang, Banten 42118

Korespondensi email : [221410160.desty@uinbanten.ac.id](mailto:221410160.desty@uinbanten.ac.id)

**Abstract.** *The emergence of new payment methods such as Paylater makes shopping easier and increases consumers' shopping interest. This research aims to find out how much influence the paylater payment method has on students' shopping interest. The method used in this research is a quantitative method. Based on the results of the T Test and F Test, the variable "Payment via Paylater Method" (X) has a significant influence on the variable "Shopping Interest" (Y), with a value of sig.  $0.05 < X$  value (3.442) and calculated F value  $11.850 > F$  table 4.10. From this research regarding the influence of paylater on student shopping interest, it can be concluded that the payment system via the paylater method has a significant effect on student shopping interest.*

**Keywords:** Pay Later, Shopping Interest, Student

**Abstrak.** Munculnya metode pembayaran baru seperti Paylater ini memudahkan dalam berbelanja hingga meningkatkan minat belanja para konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh metode pembayaran paylater terhadap minat belanja mahasiswa. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Kuantitatif. Berdasarkan hasil Uji T dan Uji F, variabel "Pembayaran melalui Metode Paylater" (X) mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel "Minat Belanja" (Y), dengan nilai sig.  $0,05 < \text{nilai } X$  (3,442) dan nilai F hitung  $11,850 > F$  tabel 4,10. Dari penelitian mengenai pengaruh paylater terhadap minat belanja mahasiswa ini dapat diambil kesimpulan jika sistem pembayaran melalui metode paylater berpengaruh signifikan terhadap minat belanja mahasiswa.

**Kata Kunci:** Pay later, Minat Belanja, Mahasiswa

### PENDAHULUAN

Dari zaman ke zaman banyak perubahan yang telah terjadi, khususnya terkait dengan teknologi. Dengan kemajuan teknologi di era ini, gaya hidup manusia pun mulai berubah. Perubahan ini bukan tanpa alasan, manusia mudah terpengaruh dengan hal-hal di sekitarnya terlebih lagi kaum muda. Dalam kehidupannya, kebanyakan kaum muda cenderung selalu mengikuti trend yang sedang ramai di lingkungannya tanpa peduli jumlah dana yang dimilikinya.

Teknologi merubah hampir semua yang ada di dunia, mulai dari jual beli yang tadinya hanya bisa secara langsung sampai sekarang dimana jual beli bisa dilakukan tanpa bertatap muka. Begitu pula dengan sistem utang piutangnya, sekarang ini banyak platform jual beli yang pembayaran barangnya bisa dilakukan pada bulan depan sampai dengan cicilan.

Sebutan untuk pembayaran nanti ini adalah pay-later (bayar nanti) yang tersedia di banyak platform seperti Shopee, Toko Pedia, Lazada dan platform jual beli lainnya. Dengan adanya pay-later ini memudahkan kita membeli sesuatu tanpa harus memegang cash maupun saldo, hanya membutuhkan kartu identitas kita sebagai jaminan untuk membayar di kemudian hari. Dalam paylater barang bisa kita pesan terlebih dahulu dan pembayaran akan dilakukan oleh pihak platform, lalu kita membayarnya dengan cara bayar bulan depan atau pun cicilan setiap bulan.

Perkembangan ecommerce di Indonesia membuka kemudahan bagi paylater untuk menyebar. Perusahaan ecommerce seperti Shopee, Toko Pedia, Lazada meningkatkan layanan pembayaran mereka dengan adanya system Paylater ini. Khususnya para mahasiswa yang dananya terbatas, metode pembayaran Paylater ini menjadi pilihan yang tepat. Barang maupun jasa bisa dibeli tanpa mempertimbangkan tentang dana yang diperlukan saat itu. Bagi perusahaan itu sendiri jumlah keuntungan yang dihasilkan meningkat dengan jumlah konsumen yang menggunakan belanja online. (Waluyo et al., 2022).

Penggunaan paylater di Indonesia sudah bukan merupakan hal asing, Minat yang tinggi terhadap paylater ini terbukti dari seberapa seringnya penggunaan paylater dilansir dari (Cindy Mutia Annur, 2023). Pada tahun 2023 lebih dari 39% orang Indonesia menggunakan paylater lebih dari sekali dalam sebulan, 20,8% menggunakan paylater sekali dalam sebulan, 20,1% hanya menggunakan paylater sekali dalam 3 bulan dan sisanya menggunakan paylater sekali dalam kurun waktu 6 bulan sampai dengan seterusnya.

Di kalangan Mahasiswa yang selalu populer dengan tren-trend terbaru, keperluan yang harus dimiliki mahasiswa menjadi lebih tinggi tanpa didukung dengan pemasukan mahasiswa itu sendiri. Paylater dengan banyak kemudahan membuka peluang bagi mahasiswa untuk membeli sesuatu tanpa harus memikirkan biaya pada waktu bersamaan. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti tentang “Pengaruh Pembayaran Metode Paylater terhadap Minat Belanja Mahasiswa” yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar minat belanja mahasiswa dengan adanya pembayaran melalui paylater ini.

## **METODE PENELITIAN**

Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini untuk mengumpulkan data dari populasi atau sampel tertentu dengan tujuan melakukan analisis. Metode ini berfokus pada hubungan sebab akibat antar variabel, di mana satu variabel mempengaruhi yang lain. Populasi dalam konteks ini mencakup tidak hanya manusia tetapi juga objek alam lainnya, yang dianalisis untuk mengambil kesimpulan. Jumlah populasi dapat berupa tak terbatas atau tidak

diketahui secara pasti (Anggraini & Pradananta, 2024). Sampel milik populasi yang memiliki sifat-sifat serupa atau hampir sama sehingga dapat mewakili populasi yang diamati dalam penelitian. Dalam konteks ini, karena populasi bersifat tak terbatas, penelitian menggunakan sampel sebanyak 40 mahasiswa UIN SMH BANTEN yang aktif menggunakan layanan paylater sebagai representasi dari populasi yang lebih besar. Analisis data dilakukan dengan regresi linear sederhana, karena variabel yang diteliti adalah sistem pembayaran paylater sebagai variabel independen (X) dan minat belanja sebagai variabel dependen (Y). Data primer adalah informasi yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber aslinya, seperti melalui kuisisioner, survei, wawancara, atau observasi. Sumber data untuk penelitian ini dikumpulkan melalui kuisisioner. Data sekunder adalah data yang sudah tersedia dan disusun sesuai dengan kriteria tertentu untuk mempermudah penggunaannya. Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti publikasi ilmiah, basis data, dan media lainnya. Dalam penelitian ini, dilakukan beberapa teknik analisis data termasuk uji validitas x dan Y, uji reliabilitas x dan Y, uji normalitas, uji T parsial (uji t), uji simultan (uji f), uji Determinasi ( $R^2$ ) Dan uji deskriptif.

## **KAJIAN LITERATUR**

### **1. System Paylater**

Paylater adalah layanan keuangan berbasis sistem cicilan tidak langsung online atau metode pembayaran alternatif. Salah satu alat pembayaran paling populer yang tersedia saat ini adalah Paylater; banyak bisnis start-up mengiklankan fitur ini kepada pelanggan mereka dengan memberikan opsi kredit tanpa memerlukan kartu kredit. Paylater adalah solusi e-commerce populer yang menghilangkan kebutuhan akan kartu kredit fisik. Beberapa manfaat paylater menjadi faktor yang mendorong pelanggan untuk menggunakan sistem pembayaran setiap kali berbelanja (Silalahi et al., 2022). Faktor-faktor ini termasuk:

- Prosedur pendaftaran sederhana
- Di bawah pengawasan Otoritas Jasa Keuangan (OJK)
- Mudah dan cepat
- Member Paylater dapat memanfaatkan promosi eksklusif
- Pay later adalah pilihan yang nyaman bagi pelanggan yang kekurangan dana untuk membeli barang yang memenuhi keinginan dan sesuai dengan keinginan mereka
- Memberikan bantuan pada saat dibutuhkan tetapi nantinya, itu akan menjadi masalah

Namun, menggunakan paylater memiliki kekurangan, antara lain:

- Penerapan suku bunga pinjaman yang relatif tinggi

- Dikenakan sanksi atau denda bagi pembayaran yang terlambat atau tidak lengkap
- Dengan berbagai cara yang mudah yang ditawarkan oleh penyedia layanan, individu akan menjadi lebih bergantung pada layanan dan menjadi orang konsumtif yang tidak terkendali

Menurut keyakinannya bahwa orang yang percaya pada penggunaan teknologi tertentu dapat mengurangi usaha mereka dalam memperoleh sesuatu yang diinginkan, kemudahan penggunaan paylater pasti konsisten dengan hal ini. Pendekatan paylater sangat berguna, terutama bagi mereka yang memiliki dana terbatas atau bagi mereka yang memiliki tanggal jatuh tempo yang mengharuskan membayar makanan, transportasi, dll. Ini adalah pengganti yang sangat berguna jika Anda meminjam uang dari bank atau individu lain. Namun, keberadaan paylater menghadirkan ketertarikan tertentu, pada kenyataannya paylater hanya memfasilitasi pembelian suatu produk dengan meminta pelanggan untuk kembali nanti dan membayar biaya tambahan dalam bentuk bunga (Silalahi et al., 2022).

## **2. Ketertarikan pada sistem paylater di kalangan konsumen**

Buying interest, atau willingness to buy, merupakan salah satu sikap orang yang konsumtif. Tahap minat beli konsumen adalah ketika pembeli memilih apa yang dia inginkan dari berbagai opsi, dan dia kemudian membeli opsi yang menurutnya paling menarik. Ini juga dapat merujuk pada proses yang dilalui pembeli untuk membeli suatu barang atau jasa tergantung pada sejumlah faktor. Menurut Kotler dan Keller (2009), minat beli adalah sikap yang berkembang sebagai reaksi terhadap suatu barang yang menunjukkan keinginan seseorang untuk membeli sesuatu. Intensitas penggunaan teknologi seseorang ditentukan oleh keinginan mereka untuk menggunakannya terus-menerus. Konsumen akan selalu harus membuat keputusan pembelian ketika terlibat dalam transaksi, dan ada berbagai faktor yang mempengaruhi minat beli mereka. Ini adalah tempat di mana pembeli akan mengevaluasi atau membandingkan barang sebelum membelinya. Konsumen dapat mengeksekusi niat beli dengan memilih salah satu dari lima opsi sub-pembelian berikut, menurut Durianto dan Liana (Silalahi et al., 2022).

Keputusan tentang:

- a) Merek
- b) Pemasok
- c) Kuantitas
- d) Waktu pengambilan keputusan
- e) Pemilihan metode pembayaran

## Teknik Pengumpulan data

### Uji Kualitas Data

#### 1. Uji Validitas

Teknik yang digunakan adalah uji validitas ini untuk menilai validitas kuesioner penelitian. Tujuan dari pengujian ini adalah Untuk menentukan apakah alat ukur tersebut benar-benar memiliki kemampuan untuk mengukur objek yang diinginkan. Validitas faktor dan validitas item adalah dua kategori uji validitas. Dengan menentukan apakah item yang dikumpulkan dalam kuesioner dapat dikategorikan menjadi faktor komponen tertentu, validitas faktor dievaluasi (Mutthaqin et al., 2023). Uji validitas Penelitian ini dilakukan dengan memanfaatkan *Statistical Package for Social Science (SPSS)* versi 27.0.

**Tabel 1**  
**Uji Validitas X**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
pembayaran_paylater	10.40	4.554	.709	.655
pembayaran_paylater	10.58	4.148	.694	.654
pembayaran_paylater	10.07	6.020	.367	.859
pembayaran_paylater	10.65	4.233	.686	.659

Sumber: Hasil Olahan Data dengan SPSS 27.0

Keempat pernyataan dalam tabel di atas yang mewakili variabel Pembayaran melalui Metode Paylater (X) adalah valid, menurut hasil uji validitas, karena nilai korelasi item-total yang dikoreksi (X1, X2, X3, dan X4) > 0,312, yang merupakan nilai tabel r untuk N = 40, atau ukuran sampel diambil hingga 40.

**Tabel 2**  
**Uji Validitas Y**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
minat_belanja	14.35	9.310	.581	.764
minat_belanja	14.52	8.563	.563	.758
minat_belanja	14.37	7.625	.701	.712

minat belanja	14.55	7.177	.592	.753
minat belanja	14.80	7.805	.510	.780

Sumber: Hasil Olahan Data dengan SPSS 27.0

Pada lima pernyataan dalam tabel di atas yang mewakili variabel Minat Belanja (Y) lulus uji validitas karena nilai korelasi item-total yang dikoreksi (Y1, Y2, Y3, Y4, dan Y5) > 0.312 melebihi nilai-r tabel untuk N = 40, atau ukuran sampel yang mencakup 40.

## 2. Uji Reliabilitas

Tujuan dari uji reabilitas adalah untuk menilai konsistensi dan stabilitas responden dalam memberikan jawaban atas pertanyaan tentang konstruksi pertanyaan, yang merupakan dimensi dari dan diatur seperti kuesioner. Koefisien Alpha Cronbach digunakan untuk menguji reliabilitas masing-masing variabel. Jika data yang diperoleh memiliki nilai Cronbach Alpha minimal 0,6, maka dapat dianggap reliabel (Arifiyanto & Kholidah, 2021).

**Tabel 3**

### Uji Reliabilitas X

Cronbach's Alpha	N of Items
.775	4

Sumber: Hasil Olahan Data dengan SPSS 27.0

**Tabel 4**

### Uji Reliabilitas Y

Cronbach's Alpha	N of Items
.793	5

Sumber: Hasil Olahan Data dengan SPSS 27.0

Nilai alfa Cronbach untuk variabel Pembayaran melalui Metode Paylater (X) adalah 0,775, sedangkan variabel Minat Belanja (Y) memiliki nilai alfa cronbach sebesar 0,793, seperti yang ditunjukkan oleh tabel hasil uji reliabilitas. Pengertian dari hasil variable diatas ini berarti bahwa karena tingkat instrumen penelitian mendekati 1 ( $\geq$  dari 0,60), semua variabel yang terkait dengan Pembayaran melalui Metode Paylater (X) dan Minat Belanja (Y) dianggap dapat diandalkan atau dapat reliable.

### 3. Uji Normalitas

Menurut Gunawan (2020), tujuan dari tes normalisasi data adalah untuk memastikan apakah informasi yang dikumpulkan didistribusikan secara teratur atau tidak, dan apakah itu berasal dari populasi yang terdistribusi normal. Salah satu jenis model regresi terbaik adalah model dengan distribusi normal atau hampir normal (Lesmana, 2021). Uji Kolmogorov-Smirnov adalah uji normalisasi data yang digunakan dalam penelitian ini; jika nilai Asymp ada, data dianggap memiliki distribusi normal. Sig. > 0,05.

**Tabel 5**  
**Uji Normalitas**

		Total_Pembara yan_Paylatter	Total_Minat_ belanja
N		40	40
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	13.9000	18.1500
	Std. Deviation	2.79927	3.46817
Most Extreme Differences	Absolute	.101	.122
	Positive	.101	.122
	Negative	-.099	-.118
Test Statistic		.101	.122
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.200 <sup>d</sup>	.137

Sumber: Hasil Olahan Data dengan SPSS 27.0

Berdasarkan hasil uji normalitas, nilai signifikansi telah diketahui yaitu  $0,200 > 0,05$ . Oleh karena itu, berdasarkan tes yang dilakukan dalam uji normalisasi Kolmogorov-Smirnov, terbukti bahwa nilai residu didistribusikan secara normal.

### 4. Uji T dan Uji F

#### Uji t (Uji Parsial)

Dalam rangka mengevaluasi tingkat penggunaan koefisien korelasi yang signifikan dalam menentukan signifikansi Tingkat korelasi di antara variabel (X) dan (Y) yang diterapkan koefisien korelasi, Sugiyono (2018:206) menyatakan bahwa "Untuk menentukan apakah variabel independen parsial memiliki dampak signifikan pada variabel dependen, seseorang dapat menggunakan uji-t, juga dikenal sebagai uji parsial." (Pratiwi & Lubis, 2021).

**Tabel 7**  
**Uji T (Parsial)**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std.	Beta		
1	(Constant)	9.754	2.487		3.922	.000
	Total_Pembayaran_Paylater	.604	.175	.488	3.442	.001

Sumber: Hasil Olahan Data dengan SPSS 27.0

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, t tabel menghasilkan angka sebesar 3,922. Berdasarkan data diatas maka variabel “Pembayaran melalui Metode Paylater” (X) memiliki dampak penting terhadap variabel “Minat Belanja” (Y), dengan nilai sig.  $0,05 < \text{nilai X}$  (3,442).

**Uji Simultan (Uji F)**

Menurut Sugiyono (2018:208), "Tes ini digunakan untuk menguji apakah kedua variabel independen secara bersamaan atau bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen". Tes ini menunjukkan apakah ada keterkaitan yang signifikan antara dua variabel independen dan variabel dependen, baik secara independen maupun bersama-sama. Untuk menentukan seberapa signifikan dampak masing-masing variabel independen (X) pada variabel terikat (Y), terapkan uji F statistik (Pratiwi & Lubis, 2021). Berikut hasil dat yang telah diolah dengan uji F.

**Tabel 8**  
**Uji F (Simultan)**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	111.509	1	111.509	11.850	.001 <sup>b</sup>
	Residual	357.591	38	9.410		
	Total	469.100	39			

Sumber: Hasil Olahan Data dengan SPSS 27.0

Temuan regresi diturunkan menggunakan SPSS Versi 27 bersamaan dengan hasil Uji F yang dihitung. Hasil pengujian menunjukkan pengaruh signifikan secara simultan dari Minat Belanja (Y) dan Pembayaran melalui variabel Metode Paylater (X). Berdasarkan nilai



signifikansi  $0,001 < 0,05$ , nilai F hitung  $11,850 > F$  tabel  $4,10$  yang berarti  $H_0$  ditolak, dan  $H_1$  disetujui.

### 5. Uji Determinasi ( $R^2$ )

" Menemukan pengaruh parsial variabel independen terhadap variabel dependen adalah tujuan dari uji analisis determinasi." menurut (Pratiwi & Lubis, 2021). Besarnya variasi pengaruh variabel independen terhadap variabel terikat dipastikan dengan menggunakan analisis determinasi ini atau untuk mengetahui besarnya variabel X terhadap variabel Y, yakni Pengaruh Pembayaran melalui Metode Paylater terhadap Minat Belanja Mahasiswa. Berikut hasil dari Uji Determinasi yang telah diolah menggunakan SPSS 27.

**Tabel 9**  
**Uji Determinasi ( $R^2$ )**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.488 <sup>a</sup>	.238	.218	3.06762
a. Predictors: (Constant), Total_Pembayaran_Paylater				
b. Dependent Variable: minat belanja				

Sumber: Hasil Olahan Data dengan SPSS 27.0

Dan didasarkan pada hasil Uji Penelitian determinasi X ialah seukuran 23,8% dan berarti Pembayaran melalui Metode Paylater mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap minat belanja Mahasiswa UIN SMH Banten, dan sisanya adalah 76,2% yaitu dipengaruhi dengan variabel-variabel lainnya diluar dari penelitian ini.

### 6. Uji Deskriptif

Ketika deskripsi menyeluruh tentang karakteristik sensorik produk tunggal atau perbandingan sensorik dari variasi antara beberapa produk yang diinginkan diperlukan, uji deskriptif biasanya membantu. Metode ini sering digunakan untuk melacak produk saingan. Produk pesaing dapat secara tepat ditunjukkan berbeda dari produk yang diuji dalam dimensi sensorik dengan bantuan analisis deskriptif (Vanmathi et al., 2019). Disajikan di bawah ini adalah tabel hasil yang berkaitan dengan temuan tes deskriptif penelitian:

**Tabel 10**  
**Uji Deskriptif**

	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
Total_Pembayaran_Pay later	40	7.00	20.00	13.9000	2.79927
Total Minat belanja	40	6.00	25.00	18.1500	3.46817
Valid N (listwise)	40				

Sumber: Hasil Olahan Data dengan SPSS 27.0

Berdasarkan tabel dapat dihasilkan sebagai berikut:

- 1) Data Variabel Pembayaran melalui Metode Paylater (X), menunjukkan nilai rata-rata sebesar 13,9000, nilai tertinggi sebesar 20,00, dan nilai terkecil sebesar 7,00. Temuan ini sesuai dengan Standar Statistik pembayaran melalui metode payletter menunjukkan standar deviasi sebesar 2.79927.
- 2) Data Variabel Minat Belanja (Y), menunjukkan nilai rata-rata sebesar 18,1500, nilai tertinggi sebesar 25,00, dan nilai terkecil sebesar 6,00. Temuan ini sesuai pada Standar Statistik Minat Belanja menunjukkan standar deviasi sebesar 3,46817.

## **PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil kuisioner yang telah dibagikan melalui google form, responden dalam penelitian ini adalah 40 orang. Dari hasil penelitian menggunakan Uji T dan Uji F didapatkan hasil variabel “Pembayaran melalui Metode Paylater” (X) mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel “Minat Belanja” (Y), dengan nilai sig.  $0,05 < \text{nilai } X (3,442)$ , nilai F hitung  $11,850 > F \text{ tabel } 4,10$  yang berarti  $H_0$  ditolak, dan  $H_1$  disetujui. Artinya bahwa pembayaran melalui metode paylater ini memiliki pengaruh signifikan terhadap minat belanja para Mahasiswa. Selajutnya menggunakan Uji Determinasi terhadap Pembayaran melalui metode Paylater memiliki pengaruh sebesar 22,8% terhadap minat belanja Mahasiswa UIN SMH Banten dan sisanya sebanyak 76,2% minat belanja mahasiswa dipengaruhi oleh hal lain di luar penelitian. Pengaruh metode pembayaran melalui Paylater terhadap minat belanja mahasiswa ini memiliki angka yang cukup besar dilihat dari besarnya hasil uji siginifikansi yang dilakukan. Dengan banyaknya jenis Paylater yang beredar di kalangan mahasiwa, metode

bayar nanti ini menjadi alternative mudah jika mahasiswa membeli sesuatu. Hal inilah yang membuat metode pembayaran Paylater mempengaruhi minat mahasiswa dalam belanja.

## KESIMPULAN

Dari penelitian mengenai pengaruh paylater terhadap minat belanja mahasiswa ini dapat diambil kesimpulan jika sistem pembayaran melalui metode paylater berpengaruh signifikan terhadap minat belanja mahasiswa. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji T yang menunjukkan nilai signifikansi  $.0,05 < \text{nilai } X (3,442)$ . Secara simultan, pembayaran melalui metode paylater berpengaruh terhadap minat belanja mahasiswa. Hal ini terbukti dari hasil uji F yang menunjukkan nilai F hitung  $11,850 > F \text{ tabel } 4,10$ . Besaran pengaruh pembayaran melalui metode paylater terhadap minat belanja mahasiswa adalah sebesar 23,8%. Hal ini didapat dari hasil uji koefisien determinasi. Mayoritas mahasiswa cenderung menggunakan fitur paylater lebih dari satu kali dalam sebulan untuk keperluan belanja. Hal ini sesuai dengan karakteristik mahasiswa yang senang mengikuti tren. Dengan adanya sistem pembayaran paylater, mahasiswa memiliki lebih banyak pilihan untuk dapat belanja sesuai kebutuhan dan keinginan meskipun memiliki keterbatasan dana.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, N. A., & Pradananta, G. (2024). Pengaruh Sistem Pembayaran Paylater Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(3), 1438–1445.
- Arifiyanto, M., & Kholidah, N. (2021). Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Manfaat dan Promosi terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik berbasis server. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 7(3), 697–706. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v7i3.31390>
- Cindy Mutia Annur. (2023). Seberapa Sering Masyarakat Indonesia Gunakan PayLater? Ini Hasil Surveinya. *Databoks*, Maret, 8–9. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/06/23/seberapa-sering-masyarakat-indonesia-gunakan-paylater-ini-hasil-surveinya>
- Lesmana, H. (2021). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi dan Pengendalian Internal Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Di Kelurahan Pasarbatang. *Jurnal Sistem Informasi Akuntansi (JASIKA)*, 1(1), 29–37. <http://jurnal.bsi.ac.id/index.php/jasika>
- Mutthaqin, M. S., Wati, P., & Batubara, C. (2023). Pengaruh Spaylater Dalam Online Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Muslim Di Febi Uinsu. *Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(2), 1538–1565. <https://doi.org/10.30651/jms.v8i2.19402>
- Pratiwi, G., & Lubis, T. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan UD Adli di Desa Sukajadi Kecamatan Perbaungan. *All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society*, 1(3), 27–41. <https://doi.org/10.58939/afosj->

las.v1i3.83

- Silalahi, P. R., Althariq, G. N., Pohan, A., Wibowo, A., & Wijaya, I. R. (2022). Pengaruh Sistem Paylater Terhadap Minat Belanja Konsumen Pengguna Gojek. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(30), 1538–1548.
- Vanmathi, S. M., Monitha Star, M., Venkateswaramurthy, N., & Sambath Kumar, R. (2019). Preterm birth facts: A review. *Research Journal of Pharmacy and Technology*, 12(3), 1383–1390. <https://doi.org/10.5958/0974-360X.2019.00231.2>
- Waluyo, Arif Nurohman, Y., & Sari Qurniawati, R. (2022). Buy Now, Pay Later: Apakah Paylater Mempengaruhi Pembelian Impulsif Generasi Muda Muslim? *Among Makarti*, 15(3), 319–338.