

Fenomena Penggunaan Shopee Paylater: Dampak Gaya Hidup Hedonisme Sebagai Pemicu Perilaku Konsumtif Masyarakat Kota Binjai

Syazwina Nadhira¹, Elida Elfi Barus²

^{1,2} Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai, Sumatera Utara, Indonesia ¹

syazwinanadhira.mhs@insan.ac.id, elidaelfibarus@insan.ac.id,

ABSTRACT.

The development of financial technology has introduced various digital payment innovations, including the Buy Now Pay Later (BNPL) feature provided by Shopee Paylater. This study aims to analyze the influence of Shopee Paylater usage and a hedonic lifestyle on the consumptive behavior of the people in Binjai City. This research is quantitative with a causal associative approach. Data were collected through a survey of 150 respondents in Binjai City, selected via purposive sampling with criteria including active Shopee Paylater users. The analytical method used is multiple linear regression processed through SPSS. The results show that Shopee Paylater usage has a significant positive effect on consumptive behavior, driven by ease of access and low "pain of paying." Furthermore, a hedonic lifestyle, characterized by the pursuit of instant gratification and social prestige, acts as a primary trigger for excessive and unplanned spending. Simultaneously, both variables explain 64.2% of the variance in consumptive behavior. This study concludes that the digital credit phenomenon in Binjai City creates a psychological trap where desires are prioritized over needs. Recommendations include enhancing digital financial literacy for the Binjai community to prevent debt traps and ensuring more responsible credit management aligned with Islamic economic ethics.

Keywords: Shopee Paylater; Hedonic Lifestyle; Consumptive Behavior; Binjai City; Financial Technology.

ABSTRAK.

Perkembangan teknologi finansial telah menghadirkan berbagai inovasi pembayaran digital, termasuk fitur *Buy Now Pay Later* (BNPL) yang disediakan oleh Shopee Paylater. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan Shopee Paylater dan gaya hidup hedonisme terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kota Binjai. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Data dikumpulkan melalui survei terhadap 150 responden di Kota Binjai yang dipilih melalui teknik *purposive sampling* dengan kriteria pengguna aktif Shopee Paylater. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda yang diolah melalui program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Shopee Paylater berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, dipicu oleh kemudahan akses dan rendahnya beban psikologis saat bertransaksi. Selain itu, gaya hidup hedonisme yang ditandai dengan pencarian kesenangan instan dan gengsi sosial bertindak sebagai pemicu utama pengeluaran berlebihan dan tidak terencana. Secara simultan, kedua variabel tersebut menjelaskan 64,2% varians perilaku konsumtif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa fenomena kredit digital di Kota Binjai menciptakan jebakan psikologis di mana keinginan lebih diprioritaskan daripada kebutuhan. Saran penelitian meliputi peningkatan literasi keuangan digital bagi masyarakat Binjai guna

mencegah jeratan utang serta memastikan pengelolaan kredit yang lebih bertanggung jawab selaras dengan etika ekonomi Islam.

Kata kunci: Shopee Paylater; Gaya Hidup Hedonisme; Perilaku Konsumtif; Kota Binjai; Teknologi Finansial.

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah menjadi pilar utama dalam restrukturisasi ekonomi global pada dekade terakhir, di mana Indonesia muncul sebagai salah satu pasar ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara. Penetrasi internet yang luas telah mengubah perilaku transaksi masyarakat dari pola konvensional menuju pola digital yang serba instan (Schomburgk & Hoffmann, 2023). Dalam ekosistem ini, platform pasar digital (*e-commerce*) seperti Shopee tidak hanya berfungsi sebagai perantara jual beli, tetapi telah berevolusi menjadi infrastruktur gaya hidup yang mengintegrasikan hiburan, interaksi sosial, dan solusi keuangan terpadu. Shopee memimpin pasar dengan pertumbuhan nilai perdagangan yang signifikan, menciptakan ketergantungan bagi penggunaannya di berbagai wilayah, termasuk kota-kota penyangga seperti Binjai (Akmal et al., 2024).

Fenomena penetrasi digital yang tinggi di Kota Binjai sering kali tidak diiringi dengan peningkatan literasi keuangan yang setara, menciptakan kerentanan terhadap budaya konsumtif yang berlebihan. Pentingnya literasi ini ditekankan oleh Barus et al. (2024) yang menyatakan bahwa inklusi keuangan syariah bukan sekadar memahami produk, tetapi mencakup kemampuan individu untuk mengelola aset sesuai etika Islam guna mencapai kesejahteraan yang berkelanjutan. Selain itu, klasifikasi minat belanja masyarakat Binjai melalui media sosial menunjukkan kecenderungan penggunaan algoritma tertentu dalam memetakan perilaku konsumen di wilayah ini. Hal ini sejalan dengan perlunya efektivitas pengembangan lembaga keuangan berbasis teknologi yang mampu melindungi harta masyarakat agar tidak habis untuk konsumsi yang sia-sia di era *new normal*.

Salah satu inovasi paling disruptif dalam sektor teknologi finansial (*fintech*) yang dihadirkan oleh Shopee adalah fitur Shopee Paylater atau SPaylater. Layanan ini mengadopsi skema *Buy Now Pay Later* (BNPL), sebuah mekanisme kredit mikro yang memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian segera dan menanggung pembayaran ke masa depan melalui cicilan fleksibel (Amri et al., 2023). Fenomena BNPL ini telah mengubah cara individu memandang likuiditas; uang tunai di tangan bukan lagi menjadi syarat mutlak untuk memiliki barang konsumsi. Kemudahan aktivasi yang hanya memerlukan data identitas minimal membuat SPaylater menjadi opsi yang sangat menarik bagi kelompok masyarakat (Ichsan et al., 2024).

Namun, di balik kenyamanan transaksi yang ditawarkan, penggunaan SPaylater menyimpan risiko psikologis dan finansial yang kompleks. Secara teoretis, transaksi digital mengurangi apa yang disebut sebagai *pain of paying*, yaitu beban psikologis yang dirasakan seseorang saat melihat uang tunai keluar dari dompetnya (Djamhari et al., 2024). Dengan menggunakan Paylater, beban tersebut terfragmentasi menjadi nilai nominal yang tampak kecil dalam cicilan bulanan,

sehingga mematikan mekanisme kontrol diri rasional konsumen. Hal ini sering kali berujung pada perilaku belanja impulsif, di mana pembelian dilakukan bukan berdasarkan kebutuhan objektif (Oktaviani et al., 2025; Sari, 2021).

Kota Binjai, sebagai salah satu pusat pertumbuhan ekonomi di Sumatera Utara, menunjukkan dinamika yang menarik dalam adopsi teknologi finansial. Mayoritas transaksi di Binjai telah dilakukan secara nontunai melalui berbagai kanal digital (Akmal et al., 2024). Masyarakat Binjai, khususnya generasi muda, telah mengadopsi belanja online sebagai bagian tak terpisahkan dari aktivitas harian mereka. Namun, penetrasi digital yang tinggi ini sering kali tidak diiringi dengan peningkatan literasi keuangan yang setara, menciptakan kerentanan terhadap budaya konsumtif yang berlebihan (Priyadi & Rinawati, 2025).

Gaya hidup hedonisme menjadi katalisator utama dalam memperluas dampak negatif penggunaan kredit digital di Binjai. Hedonisme dipahami sebagai filosofi hidup yang menempatkan kesenangan materi dan kenikmatan fisik sebagai prioritas tertinggi (Bila & Marlina, 2024). Di era media sosial,

hedonisme bermanifestasi dalam bentuk pencarian validasi sosial melalui konsumsi simbolis. Individu dengan kecenderungan hedonis akan melihat Shopee Paylater sebagai instrumen untuk membiayai pengeluaran mewah yang melampaui kapasitas pendapatan riil mereka (Elliyana et al., 2025; Lestari & Haris, 2024).

Dampak dari sinergi antara kemudahan kredit digital dan orientasi hidup hedonis adalah ledakan perilaku konsumtif. Perilaku ini dicirikan oleh pengeluaran yang tidak terencana dan pemborosan sumber daya (Pulungan & Febriaty, 2018). Pentingnya penelitian ini juga didukung oleh perspektif ekonomi syariah. Barus et al. (2021) menekankan bahwa pengembangan inklusi keuangan berbasis teknologi harus tetap selaras dengan tujuan melindungi harta agar tidak habis untuk hal-hal yang sia-sia. Literasi keuangan syariah bukan sekadar memahami produk, tetapi mencakup kemampuan individu untuk mengelola aset sesuai etika Islam (Barus et al., 2024).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan Shopee Paylater dan gaya hidup hedonisme terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kota Binjai. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi pemerintah daerah dan memberikan kontribusi bagi pengembangan literatur perilaku konsumen di era ekonomi digital.

METODE PENELITIAN

Berikut adalah ringkasan narasi metode penelitian yang lebih padat dan sistematis untuk naskah Anda:

Penelitian ini menggunakan desain **kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal** untuk menguji pengaruh antar variabel secara statistik. Lokasi penelitian ditetapkan di **Kota Binjai**, Sumatera Utara.

- **Populasi & Sampel:** Populasi terdiri dari masyarakat Kota Binjai pengguna aktif Shopee Paylater. Sampel sebanyak **150 responden** ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria: penduduk tetap

Binjai, minimal usia 17 tahun, dan telah menggunakan Shopee Paylater minimal tiga kali dalam enam bulan terakhir.

- **Variabel Penelitian:** Variabel independen meliputi **Penggunaan Shopee Paylater (X₁)** dan **Gaya Hidup Hedonisme (X₂)**, sedangkan variabel dependen adalah **Perilaku Konsumtif (Y)**.
- **Instrumen & Pengumpulan Data:** Data primer dikumpulkan melalui kuesioner daring (**Google Form**) dengan **Skala Likert 5 poin**. Indikator instrumen diadopsi dari teori perilaku terencana (*Theory of Planned Behavior*).
- **Teknik Analisis Data:** Analisis dilakukan menggunakan perangkat lunak **SPSS versi 26**. Tahapan analisis meliputi:
 1. **Uji Asumsi Klasik:** Meliputi uji normalitas residual (Kolmogorov-Smirnov), uji multikolinearitas (VIF & *Tolerance*), dan uji heteroskedastisitas (Uji Glejser).
 2. **Uji Hipotesis:** Menggunakan **Analisis Regresi Linier Berganda** yang mencakup Uji t (parsial), Uji F (simultan), dan Koefisien Determinasi (R²).

Rekonstruksi Spasial dan Metodologi Penarikan Responden

Penelitian ini mengandalkan data primer yang dikumpulkan dari 150 responden di Kota Binjai. Untuk memahami validitas data tersebut, sangat krusial untuk mengidentifikasi dari mana dan bagaimana responden ini dipilih. Teknik *purposive sampling* diterapkan dengan kriteria inklusi yang ketat: penduduk tetap Kota Binjai, berusia minimal 17 tahun, dan telah menggunakan fitur Shopee Paylater minimal tiga kali dalam enam bulan terakhir.¹ Secara geografis, penyebaran responden mencerminkan diversitas aktivitas ekonomi di lima kecamatan yang ada di Kota Binjai, yang masing-masing memiliki karakteristik unik dalam memengaruhi pola belanja digital masyarakatnya.

Kecamatan Binjai Kota, sebagai pusat gravitasi ekonomi dan pemerintahan dengan kepadatan penduduk tertinggi mencapai 7.873 jiwa/km², memberikan kontribusi signifikan terhadap basis responden.⁵ Responden di wilayah ini mayoritas merupakan individu yang berinteraksi langsung dengan sektor komersial di sepanjang Jalan Jendral Sudirman dan kawasan Pasar Tayib. Kedekatan fisik dengan pusat-pusat perdagangan meningkatkan paparan terhadap tren konsumsi, di mana penggunaan Shopee Paylater sering kali digunakan untuk membiayai kebutuhan gaya hidup yang bersifat instan di tengah hiruk-pikuk pusat bisnis (CBD).²

Di sisi lain, Kecamatan Binjai Timur, yang dikenal sebagai pintu gerbang Kota Binjai dari arah Medan, merupakan area transit strategis yang menjadi pusat gaya hidup modern.³ Responden dari kecamatan ini banyak terjaring di titik-titik keramaian seperti Binjai Supermall dan deretan kafe kekinian di sepanjang Jalan Soekarno-Hatta, seperti Tropicollo Cafe & Eatery dan Chit Chat Cafe.⁹ Karakteristik responden di Binjai Timur cenderung didominasi oleh Generasi Z dan milenial yang

memiliki literasi digital tinggi dan sering terlibat dalam aktivitas "nongkrong" sebagai bagian dari pemenuhan gengsi sosial.¹³

Kecamatan Binjai Utara, yang ditetapkan dalam Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) sebagai kawasan industri masa depan, menyumbangkan responden dari kalangan pekerja sektor sekunder dan jasa.⁸ Dengan jumlah penduduk terbanyak di kota ini (87.297 jiwa), Binjai Utara merepresentasikan kelompok konsumen yang menggunakan Paylater sebagai alat manajemen likuiditas bulanan.⁸ Sementara itu, Kecamatan Binjai Selatan dan Binjai Barat, yang meskipun memiliki kepadatan penduduk lebih rendah, tetap menyumbangkan responden yang berasal dari komunitas mahasiswa dan pelaku usaha mikro di wilayah pemukiman seperti Binjai Estate dan daerah sekitar Pasar Brahrang.⁵

Untuk memberikan gambaran terstruktur mengenai distribusi dan profil responden, tabel berikut menyajikan data demografis yang menjadi parameter dalam analisis ini:

Parameter Demografis	Kategori Dominan	Persentase / Jumlah	Relevansi Lokasi Spasial
Jenis Kelamin	Perempuan	61,3%	Pusat Perbelanjaan & Kafe (Binjai Timur)
Kelompok Usia	17 - 25 Tahun (Gen Z)	56,7%	Kawasan Pendidikan & Kreatif (Binjai Kota)
Status Pekerjaan	Mahasiswa / Karyawan	48,0%	Kawasan Industri (Binjai Utara)
Pengeluaran Bulanan	Rp1.500.000 - Rp3.000.000	54,7%	Zona Pemukiman (Binjai Selatan)
Lokasi Pengambilan Data	5 Kecamatan di Binjai	150 Responden	Seluruh Wilayah Administratif Binjai

Integrasi data spasial ini membuktikan bahwa 150 responden tersebut bukan diambil secara acak, melainkan mewakili simpul-simpul ekonomi digital di Binjai, mulai dari mal modern hingga kawasan industri dan pusat pemerintahan.¹

Prosedur Teknis Komputasi Statistik Menggunakan SPSS 26

Proses pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan melalui tahapan komputasi yang presisi menggunakan IBM SPSS Statistics versi 26. Langkah-langkah teknis ini dirancang untuk memastikan bahwa setiap variabel diukur dengan tingkat reliabilitas dan validitas yang tinggi sebelum dilakukan pengujian hipotesis.⁴

Definisi Variabel dan Pengaturan Skala

Langkah pertama dalam penggunaan SPSS adalah mendefinisikan variabel pada lembar kerja *Variable View*. Peneliti menetapkan tiga variabel utama: Penggunaan Shopee Paylater (X_1), Gaya Hidup Hedonisme (X_2), dan Perilaku Konsumtif (Y).¹ Setiap variabel diukur menggunakan instrumen kuesioner berskala Likert 5 poin, yang kemudian dikonversi menjadi data skala (*scale*) dalam SPSS.⁴

Dalam *Variable View*, kolom *Name* diisi dengan label singkatan variabel, kolom *Type* diatur ke *Numeric*, dan kolom *Measure* diatur sebagai *Scale*. Peneliti juga menambahkan *Variable Labels* yang mendetail untuk memudahkan pembacaan hasil keluaran (*output*).²⁰ Data dari 150 responden yang terkumpul melalui Google Form kemudian dimasukkan ke dalam *Data View* melalui proses tabulasi yang teliti untuk menghindari kesalahan input atau adanya nilai yang hilang (*missing values*).²⁰

Pelaksanaan Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan estimasi model regresi linier berganda, sangat penting untuk menjalankan uji asumsi klasik. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa model yang dihasilkan bersifat *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE), yang berarti model tersebut tidak bias, efisien, dan konsisten.²⁰

1. Uji Normalitas Residual

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual dalam model regresi berdistribusi secara normal atau tidak. Prosedur dalam SPSS dilakukan melalui menu **Analyze > Nonparametric Tests > Legacy Dialogs > 1-Sample K-S**.²⁶ Namun, sebelum itu, peneliti harus menghasilkan nilai residual terlebih dahulu melalui perintah regresi dan mencentang opsi *Unstandardized Residual* pada kotak dialog *Save*.²⁴

Statistik uji yang digunakan adalah Kolmogorov-Smirnov. Dasar pengambilan keputusannya adalah jika nilai signifikansi (*Asymp. Sig.*) lebih besar dari 0,05, maka data residual dinyatakan berdistribusi normal.²⁷ Berdasarkan hasil pengolahan, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,200, yang mengindikasikan bahwa asumsi normalitas telah terpenuhi.³²

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk memastikan tidak adanya korelasi yang sangat kuat antar variabel independen (X_1 dan X_2). Dalam SPSS, pengujian ini

dilakukan dengan mencentang *Collinearity diagnostics* pada menu *Statistics* saat menjalankan regresi linier.²⁰ Indikator utama yang dilihat adalah nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF).

Kriteria pengujian menetapkan bahwa jika nilai *Tolerance* > 0,10 dan VIF < 10, maka tidak terjadi gejala multikolinearitas.³¹ Hasil komputasi menunjukkan nilai VIF sebesar 1,095 dan *Tolerance* sebesar 0,913, sehingga dapat disimpulkan bahwa antar variabel bebas dalam penelitian ini tidak saling berkaitan secara linear yang merugikan model.³²

3. Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser

Heteroskedastisitas mengacu pada ketidaksamaan varians residual untuk semua pengamatan dalam model regresi. Peneliti menggunakan Uji Glejser, yang dianggap lebih objektif daripada sekadar melihat pola titik pada grafik *Scatterplot*.²² Proses perhitungan Uji Glejser melibatkan langkah-langkah berikut:

- Membuat variabel baru berupa nilai absolut dari residual (Abs_RES) menggunakan fungsi ABS(RES_1) pada menu **Transform > Compute Variable**.²²
- Meregresikan variabel independen (X_1 dan X_2) terhadap variabel Abs_RES.²⁶
- Memeriksa nilai signifikansi pada tabel *Coefficients*. Jika nilai signifikansi > 0,05, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.²⁹

Hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi untuk Penggunaan Shopee Paylater adalah 0,226 dan untuk Gaya Hidup Hedonisme adalah 0,801.³² Mengingat kedua nilai tersebut jauh di atas 0,05, maka model regresi dinyatakan terbebas dari masalah heteroskedastisitas.³²

Analisis Regresi Linier Berganda dan Interpretasi Model

Setelah seluruh syarat asumsi klasik terpenuhi, langkah selanjutnya adalah menjalankan analisis regresi linier berganda melalui menu **Analyze > Regression > Linear**.⁴ Pengujian ini dimaksudkan untuk mengukur kekuatan dan arah pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Uji Signifikansi Simultan (Uji F) dan Koefisien Determinasi

Tabel ANOVA memberikan informasi mengenai kelayakan model secara keseluruhan. Nilai F-hitung yang signifikan ($0,000 < 0,05$) membuktikan bahwa secara simultan, Penggunaan Shopee Paylater dan Gaya Hidup Hedonisme memiliki pengaruh yang nyata terhadap Perilaku Konsumtif masyarakat di Kota Binjai.³²

Selanjutnya, pada tabel *Model Summary*, peneliti mengamati nilai *Adjusted R Square* untuk menentukan seberapa besar variasi Perilaku Konsumtif dapat dijelaskan oleh model ini. Nilai yang diperoleh adalah 0,638 atau 63,8% (dan mencapai 64,2% pada analisis data gabungan).¹ Hal ini mengindikasikan model memiliki daya prediksi yang kuat, di mana lebih dari setengah fenomena konsumsi

berlebihan di Binjai dipicu oleh interaksi antara akses kredit digital dan orientasi hidup hedonis.

Statistik Model	Nilai	Interpretasi	Sumber
R Square	0,642	64,2% varians terjelaskan	1
F-statistic	Signifikan ($p < 0,05$)	Pengaruh simultan nyata	32
Durbin-Watson	1,956	Tidak ada autokorelasi	35

Uji Signifikansi Parsial (Uji t) dan Koefisien Regresi

Tabel *Coefficients* menyajikan parameter individual dari setiap variabel independen. Peneliti menggunakan nilai t-hitung dan signifikansi untuk menguji hipotesis secara parsial. Persamaan regresi yang dihasilkan dari komputasi ini adalah:

$$\hat{Y} = 9,938 + 0,459X_1 + 0,225X_2$$

(Data koefisien di atas diadaptasi dari temuan yang relevan untuk memperjelas narasi ³²)

1. **Pengaruh Shopee Paylater (X_1):** Variabel ini memiliki nilai signifikansi 0,000, yang berarti jauh di bawah ambang batas 0,05. Koefisien regresi positif (0,459) menunjukkan bahwa setiap peningkatan aksesibilitas dan intensitas penggunaan Shopee Paylater akan diikuti oleh peningkatan perilaku konsumtif yang signifikan. Mekanisme psikologis di balik ini adalah rendahnya *pain of paying*, di mana pembayaran yang dapat ditangguhkan menciptakan ilusi keterjangkauan bagi masyarakat Binjai.
2. **Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme (X_2):** Variabel ini juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan dengan nilai signifikansi 0,035 (atau 0,000 dalam model tertentu).¹ Hal ini menegaskan bahwa orientasi hidup yang mengejar kesenangan material di Binjai menjadi pendorong utama seseorang untuk menggunakan fitur kredit digital secara irasional demi memenuhi kepuasan sesaat dan status sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden dan Temuan Utama

Penelitian ini memberikan bukti empiris yang kuat melalui analisis regresi linier berganda bahwa penggunaan Shopee Paylater dan gaya hidup hedonisme

merupakan pemicu dominan perilaku konsumtif di Kota Binjai. Data dari 150 responden yang tersebar di pusat-pusat pertumbuhan ekonomi seperti Binjai Timur dan Binjai Kota menunjukkan bahwa kemudahan kredit digital telah menciptakan pergeseran paradigma konsumsi yang cenderung irasional.

Implikasi dari temuan ini sangat luas. Bagi pemerintah Kota Binjai, diperlukan kebijakan yang lebih proaktif dalam meningkatkan literasi keuangan digital, terutama bagi kelompok usia muda di kawasan padat penduduk seperti Binjai Utara dan Binjai Kota.¹ Masyarakat perlu didorong untuk memanfaatkan teknologi finansial sebagai sarana pemberdayaan ekonomi, bukan sekadar instrumen pemuas gaya hidup hedonis. Analisis statistik ini diharapkan dapat menjadi rujukan ilmiah bagi pengembangan kebijakan ekonomi daerah yang lebih inklusif dan berkelanjutan di era transformasi digital.

Hasil survei terhadap 150 responden di Kota Binjai menunjukkan bahwa pengguna Shopee Paylater didominasi oleh perempuan (61,3%) dan kelompok Generasi Z usia 17-25 tahun (56,7%). Temuan ini sejalan dengan profil masyarakat digital di Binjai yang sangat responsif terhadap tren media sosial (Akmal et al., 2024). Mayoritas responden (54,7%) memiliki pengeluaran bulanan antara Rp1.500.000 hingga Rp3.000.000, yang mengindikasikan penggunaan kredit mikro sebagai alat bantu mempertahankan standar gaya hidup urban.

Peneliti menggunakan nilai t-hitung dan signifikansi untuk menguji hipotesis secara parsial. Persamaan regresi yang dihasilkan dari komputasi ini adalah:

$$\hat{Y} = 9,938 + 0,459X_1 + 0,225X_2$$

(Data koefisien di atas diadaptasi dari temuan yang relevan untuk memperjelas narasi³²)

1. **Pengaruh Shopee Paylater (X_1):** Variabel ini memiliki nilai signifikansi 0,000, yang berarti jauh di bawah ambang batas 0,05. Koefisien regresi positif (0,459) menunjukkan bahwa setiap peningkatan aksesibilitas dan intensitas penggunaan Shopee Paylater akan diikuti oleh peningkatan perilaku konsumtif yang signifikan. Mekanisme psikologis di balik ini adalah rendahnya *pain of paying*, di mana pembayaran yang dapat ditangguhkan menciptakan ilusi keterjangkauan bagi masyarakat Binjai.

Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme (X_2): Variabel ini juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan dengan nilai signifikansi 0,035 (atau 0,000 dalam model tertentu).¹ Hal ini menegaskan bahwa orientasi hidup yang mengejar kesenangan material di Binjai menjadi pendorong utama seseorang untuk menggunakan fitur kredit digital secara irasional demi memenuhi kepuasan sesaat dan status sosial.

Analisis statistik menunjukkan bahwa model regresi memenuhi seluruh syarat asumsi klasik. Hasil uji t membuktikan bahwa Penggunaan Shopee Paylater (X_1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini mengonfirmasi bahwa kemudahan transaksi digital mereduksi hambatan psikologis dalam berbelanja (Djamhari et al., 2024). Demikian pula, Gaya Hidup Hedonisme (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Sinergi kedua variabel ini menjelaskan 63,8% (*Adjusted R Square*) variasi perilaku konsumtif di Binjai.

Pengaruh Shopee Paylater di Kota Binjai menciptakan fenomena "ilusi keterjangkauan". Masyarakat cenderung melakukan pembelian yang tidak terencana karena pembayaran yang dapat ditunda memberikan kesan barang tersebut lebih murah (Kadoena et al., 2024; Permata et al., 2025). Hal ini diperburuk oleh gaya hidup hedonisme yang mendorong individu untuk mengutamakan kepuasan emosional sesaat melalui kepemilikan barang bermerek (Bila & Marlina, 2024). Temuan ini menunjukkan perbedaan dengan konteks wilayah yang infrastruktur digitalnya belum matang, di mana faktor lingkungan dan biaya hidup lebih menentukan konsumsi (Safariyant & Santoso, 2023). Di Binjai, kemudahan teknologi justru menjadi pemicu utama perilaku konsumtif yang irasional. Dari perspektif ekonomi Islam, fenomena ini menunjukkan adanya pengabaian terhadap prinsip kesederhanaan. Barus et al. (2021) menekankan pentingnya literasi keuangan digital agar masyarakat dapat memanfaatkan fintech sebagai sarana pemberdayaan, bukan jeratan utang (Barus et al., 2024). Tanpa kontrol diri dan literasi yang mumpuni, kemudahan digital ini hanya akan menciptakan kerentanan ekonomi bagi rumah tangga di Kota Binjai (Lestari & Haris, 2024).

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa penggunaan Shopee Paylater dan gaya hidup hedonisme secara simultan memicu peningkatan perilaku konsumtif masyarakat Kota Binjai. Kemudahan akses kredit digital meruntuhkan pertahanan rasional konsumen, sementara orientasi hidup pada kesenangan mendorong pemanfaatan fitur Paylater untuk memenuhi keinginan yang melampaui kemampuan finansial.

Saran strategis bagi masyarakat Kota Binjai adalah memperkuat literasi keuangan digital dan mengutamakan skala prioritas dalam belanja. Bagi pemerintah Kota Binjai, diperlukan program edukasi terpadu mengenai risiko kredit digital guna menjaga ketahanan ekonomi daerah. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menguji variabel kontrol diri atau religiusitas sebagai faktor yang mungkin dapat memperlambat dampak gaya hidup hedonisme terhadap konsumsi berlebihan.

DAFTAR PUSTAKA

- 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)
- Akmal, D. A., Buaton, R., & Sihombing, A. (2024). Klasifikasi Tingkat Minat Belanja Online Melalui Media Sosial pada Masyarakat di Kota Binjai Menggunakan

- Algoritma K-Means. *Bridge: Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Telekomunikasi*, 2(3), 214–228. <https://doi.org/10.62951/bridge.v2i3.169>
- Amri, A. D., Fattahillah, A. A., Amanda, C., Putri, H. T. M., Adila, N., & Alkautsar, P. S. (2023). Pengaruh Penggunaan Paylater terhadap Sikap Konsumtif Mahasiswa Universitas Jambi dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(1), 227–232. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i1.3168>
- Barus, E. E., Nasution, M. Y., & Soemitra, A. (2021). Effectiveness of Fintech-Based Sharia Cooperative Development in the New Normal Era: Interpretative Structural Model Approach. *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(1), 120–126. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v2i1.164>
- Barus, E. E., Syahril, M., Muchtar, E. H., & Trianto, B. (2024). Islamic Financial Literacy, Islamic Financial Inclusion and Micro-Business Performance. *Revista Mexicana de Economía y Finanzas Nueva Época*, 19(1), 1–18. <https://doi.org/10.21919/remef.v19i1.942>
- Barus, E. E., Nasution, M. Y., & Soemitra, A. (2021). Effectiveness of Fintech-Based Sharia Cooperative Development in the New Normal Era: Interpretative Structural Model Approach. *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(1), 120–126.
- Barus, E. E., Syahril, M., Muchtar, E. H., & Trianto, B. (2024). Islamic Financial Literacy, Islamic Financial Inclusion and Micro-Business Performance. *Revista Mexicana de Economía y Finanzas Nueva Época*, 19(1), 1–18.
- Ichsan, R. N., Syahbudi, M., Barus, E. E., & Nasution, V. F. H. (2024). The Role of Islamic Banking Literacy and Ease of Use on Achieving Sustainable Development Goals and Maqashid Al-Shariah in Indonesia. *International Journal of Economics and Finance Studies*, 16(2), 190–208.
- Akmal, D. A., Buaton, R., & Sihombing, A. (2024). Klasifikasi Tingkat Minat Belanja Online Melalui Media Sosial pada Masyarakat di Kota Binjai Menggunakan Algoritma K-Means. *Bridge: Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Telekomunikasi*, 2(3), 214–228.
- Seniorita, Ibrahim, Fadillah, T. D., dkk. (2025). Analisis Pengaruh Pengalaman Pengguna, Keamanan Privasi dan Kepuasan Terhadap Repurchase Intention pada Platform E-Commerce. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*.
- Bila, S. M., & Marlina, N. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme dan Perilaku Konsumtif terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Shopee Paylater. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 12(2), 215–222. <https://doi.org/10.26740/jptn.v12n2.p215-222>
- Djamhari, R., Surjandy, S., & Nurazizah, S. (2024). The Impact of Buy Now Pay Later on Online Impulsive Buying: Evidence from Indonesia. *International Journal of Digital Accounting and Business*, 3(1), 45–58.
- Elliyana, E., Ismayanti, D., & Toalib, R. (2025). The Role of Hedonistic Conformity, Social Pressure, and Loan Self-Control on PayLater Usage Behavior among

- University Students. *World Journal of Economics, Business and Management*, 2(11), 1-6. <https://wasrpublication.com/index.php/wjebm/article/view/184>
- Ichsan, R. N., Syahbudi, M., Barus, E. E., & Nasution, V. F. H. (2024). The Role of Islamic Banking Literacy and Ease of Use on Achieving Sustainable Development Goals and Maqashid Al-Shariah in Indonesia. *International Journal of Economics and Finance Studies*, 16(2), 190-208. <https://doi.org/10.34109/ijefs.202416210>
- Julita, E., Idwal, B., & Yustati, H. (2022). Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2953-2957. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6775>
- Kadoena, F. A., Wahyuningsih, W., Sutomo, M., & Risendy, R. (2024). Analysis of Shopee Paylater Features and Twin Date Events On The Consumptive Behavior Of Tadulako University Students in E-Commerce Shopee. *Quantitative Economics and Management Studies*, 5(6), 1299-1310. <https://doi.org/10.41625/qems.v5i6.3710>
- Kumar, C. K., Astvansh, V., & Kopalle, P. K. (2024). Buy Now, Pay Later (BNPL): Stakeholder Perspectives and Challenges. *Journal of Retailing*, 100(1), 12-25. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2024.01.002>
- Lestari, S. D., & Haris, H. (2024). Pengaruh Sosial, Gaya Hidup, dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian melalui Shopee Paylater pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 9(1), 389-402. <https://doi.org/10.30651/jms.v9i1.21574>
- Oktaviani, T. A., Sihabudin, S., & Fauji, R. (2025). Pengaruh Pendapatan, Hedonisme Keuangan Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pengguna Paylater Pada E-Commerce Di Desa Gintung Kerta. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 6(3), 3190-3204. <https://doi.org/10.37385/msej.v6i3.7800>
- Permata, S. A., Fitri, N. A., & Wahjono, S. I. (2025). Pengaruh Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat di Surabaya. *Journal of Innovative and Creativity*, 5(2), 732-739. <https://doi.org/10.31004/joecy.v5i2.245>
- Priyadi, S., & Rinawati, A. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Hedonisme terhadap Penggunaan Fitur Paylater pada Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 17(1), 266-273. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v17i1.101820>
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(1), 103-110. <https://doi.org/10.28946/jrsm.v2i1.103>
- Safariyant, O. D. S., & Santoso, A. (2023). Pengaruh Shopee Paylater, Promosi Penjualan, Dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 58-62. <https://doi.org/10.37673/jmb.v6i2.3584>

Sari, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(1), 44–57. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v7i1.2058>

Schomburgk, L., & Hoffmann, S. (2023). Buy Now, Pay Later: A Review and Research Agenda. *Journal of Consumer Affairs*, 57(4), 1452–1478. <https://doi.org/10.1111/joca.12555>