

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, MEDIA SOSIAL DAN GAYA HIDUP TERHADAP PENGGUNAAN SHOPEE PAYLATER (STUDI KASUS PADA KARYAWAN PN2 LIQUID PT LAPI LABORATORIES KABUPATEN SERANG)

Mila Nabila¹, Abdul Rauf Chaerudin², Risma Eka Desiyani³

¹Mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Bina Bangsa

^{2,3}Dosen Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Bina Bangsa

¹Milanabila2@gmail.com, ²Ar.chaerudin.banten@gmail.com,

³Rismalucky25@gmail.com

ABSTRACT

The "buy now, pay later" (BNPL) phenomenon has become a global and local trend, with the growth of BNPL transactions in Indonesia increasing.

The purpose of this study is to test the influence of financial literacy, social media, and lifestyle and on the use of Shopee Paylater (Case study on PN2 Liquid employees of PT Lapi Laboratories Serang Regency) both partially and simultaneously.

The research method used in this study is a causal associative method with a quantitative approach using SPSS 26 software. The data collection of this study used primary data obtained from the results of questionnaires to 70 respondents. The samples in this study were taken using the Purposive Sampling technique, which comes from the PN2 Liquid part.

The test results showed that financial literacy, social media, and lifestyle had a significant effect on the use of Shopee PayLater both partially and simultaneously. These three variables (financial literacy, social media, and lifestyle) have a significant effect on the use of Shopee PayLater with a contribution of 75.9%. These findings emphasize the importance of financial understanding and the role of lifestyle in the adoption of Buy Now Pay Later (BNPL) services, as well as the implications for more comprehensive financial education in the work environment.

It can be concluded that Financial Literacy (X1), Social Media (X2), and Lifestyle (X3) have a significant effect on the variables of Shopee Paylater Use (Y) in PN2 Liquid Employees of PT Lapi Laboratories Serang Regency together (simultaneously).

Keywords: Financial Literacy, Social Media and Lifestyle

ABSTRAK

Fenomena "buy now, pay later" (BNPL) atau beli sekarang, bayar kemudian ini telah menjadi tren global dan lokal, dengan pertumbuhan transaksi BNPL di Indonesia meningkat.

Tujuan Penelitian ini untuk menguji pengaruh literasi keuangan, media sosial, dan gaya hidup dan terhadap penggunaan Shopee Paylater (Studi kasus pada karyawan PN2 Liquid PT Lapi Laboratories Kabupaten Serang) baik secara parsial maupun simultan.

Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif menggunakan software SPSS 26. Pengumpulan data penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari hasil kuesioner kepada 70 responden. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan teknik Sampling Purposive, yang berasal dari bagian PN2 Liquid.

Hasil uji menunjukkan literasi keuangan, media sosial dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap penggunaan Shopee PayLater baik secara parsial maupun secara simultan. Ketiga variabel tersebut (literasi keuangan, media sosial, dan gaya hidup) berpengaruh signifikan terhadap penggunaan Shopee PayLater dengan kontribusi sebesar 75,9%. Temuan ini menekankan pentingnya pemahaman keuangan dan peran gaya hidup dalam adopsi layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL), serta implikasi bagi edukasi finansial yang lebih komprehensif di lingkungan kerja.

Dapat disimpulkan bahwa Literasi Keuangan (X1), Media Sosial (X2), dan Gaya Hidup (X3) berpengaruh signifikan terhadap variabel Penggunaan Shopee Paylater (Y) pada Karyawan PN2 Liquid PT Lapi Laboratries Kabupaten Serang secara bersama-sama (simultan).

Kata Kunci : Literasi Keuangan, Media Sosial dan Gaya Hidup

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital yang pesat dalam beberapa tahun terakhir telah secara signifikan mengubah lanskap ekonomi dan perilaku konsumen di Indonesia. Transformasi ini ditandai dengan peningkatan penetrasi internet yang mencapai 73,7% dari total populasi Indonesia pada tahun 2023, menciptakan era baru di mana perusahaan-perusahaan berbasis teknologi, atau yang dikenal sebagai startup, bermunculan. Di antara berbagai jenis startup ini, e-commerce dan financial technology (fintech) menjadi dua pilar utama yang saling terkait. E-commerce menyediakan platform jual beli daring, sementara

fintech menghadirkan inovasi dalam sistem pembayaran. Salah satu inovasi fintech yang paling populer saat ini adalah fitur Paylater, sebuah konsep yang menyerupai kartu kredit namun menawarkan kemudahan dan kecepatan proses yang lebih tinggi. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi pembelian di platform e-commerce dan membayarnya di kemudian hari, baik secara cicilan maupun lunas pada tanggal jatuh tempo. Daya tarik utama Paylater terletak pada kemampuannya memberikan akses pinjaman kepada masyarakat yang mungkin tidak memiliki rekening bank (unbanked), sehingga membuka peluang bagi berbagai kalangan untuk

memanfaatkan layanan ini. Fenomena "buy now, pay later" (BNPL) ini telah menjadi tren global dan lokal, dengan pertumbuhan transaksi BNPL di Indonesia yang terus meningkat. Data menunjukkan bahwa nilai transaksi e-commerce di Indonesia mencapai Rp476,3 triliun pada tahun 2022, meningkat 18,8% dari tahun sebelumnya, dan peningkatan ini sebagian besar didorong oleh adopsi layanan BNPL yang semakin luas.

Sebagai respons terhadap kebutuhan pasar yang dinamis ini, Shopee, salah satu platform e-commerce terbesar, telah mengembangkan layanan finansialnya yang dikenal sebagai Shopee Paylater. Layanan ini memungkinkan pengguna untuk melakukan pembelian dengan sistem bayar kemudian, menjadikannya salah satu produk keuangan digital yang berkembang pesat di Indonesia. Berdasarkan laporan Populix edisi Oktober 2023, Shopee Paylater memiliki brand awareness tertinggi (dikenal oleh 89% responden) dan merupakan layanan Paylater yang paling banyak digunakan di Indonesia, dengan 77% pengguna Paylater menyatakan pernah menikmati layanan ini. Meskipun Shopee

Paylater menawarkan kemudahan dan kenyamanan dalam berbelanja, penting untuk diingat bahwa ada risiko yang melekat, terutama terkait keterlambatan pembayaran. Keterlambatan ini dapat mengakibatkan biaya denda sebesar 5% per bulan dari total tagihan, pembatasan akses fungsi di aplikasi Shopee, dan yang lebih serius, dapat mempengaruhi peringkat kredit pengguna di SLIK OJK, sehingga menyulitkan akses pinjaman dari lembaga keuangan lain di masa mendatang. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan Shopee Paylater harus dilakukan dengan bijaksana dan bertanggung jawab, dengan pemahaman penuh akan konsekuensi finansialnya.

Dalam konteks pengambilan keputusan finansial, literasi keuangan memegang peranan vital. Literasi keuangan yang baik dapat mendorong individu untuk melakukan perilaku keuangan yang sehat dan meningkatkan ketahanan finansial pribadi. Indeks literasi keuangan Indonesia, menurut Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK, 2024) yang dilakukan oleh OJK dan BPS, mencapai 65,43%. Meskipun tingkat literasi keuangan meningkat,

masih terdapat tantangan dalam penerapan pengetahuan keuangan dalam kehidupan sehari-hari. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap minat penggunaan layanan fintech seperti SPaylater, menekankan pentingnya pemahaman keuangan. Namun, ada pula penelitian yang menemukan bahwa literasi keuangan tidak selalu berpengaruh signifikan, sementara gaya hidup justru memiliki pengaruh yang kuat, mengindikasikan adanya ketidakkonsistenan dalam pengaruh literasi keuangan terhadap penggunaan layanan Paylater.

Selain literasi keuangan, media sosial juga telah menjadi faktor signifikan yang mempengaruhi perilaku konsumen, termasuk keputusan finansial. Dengan 191,4 juta pengguna di Indonesia pada awal tahun 2024 dan rata-rata waktu penggunaan harian mencapai 3 jam 25 menit, media sosial berperan besar dalam membentuk perilaku konsumsi. Penelitian menunjukkan bahwa eksposur terhadap konten di media sosial, seperti promosi dan ulasan, dapat mempengaruhi keputusan keuangan individu, terutama di kalangan generasi muda. Fenomena

"social proof" dan "FOMO" (Fear of Missing Out) di media sosial berkontribusi signifikan terhadap adopsi layanan fintech seperti Shopee Paylater, di mana konsumen cenderung membeli produk yang direkomendasikan oleh influencer atau mengikuti tren populer.

Gaya hidup modern yang mengedepankan konsumsi, kemudahan, dan kepuasan instan juga menjadi pendorong utama penggunaan Shopee Paylater. Ketidaksesuaian gaya hidup dengan kondisi keuangan seringkali mendorong seseorang untuk mengambil tindakan ekstrem, seperti menggunakan kredit online untuk memenuhi kebutuhan non-esensial atau mengikuti tren belanja daring. Karyawan, terutama yang berusia muda, cenderung lebih aktif dalam menggunakan teknologi dan layanan digital, dan gaya hidup konsumtif ini dapat mempengaruhi keputusan mereka dalam menggunakan Shopee Paylater.

PT Lapi Laboratories, sebagai perusahaan farmasi di Kabupaten Serang, mempekerjakan lebih dari 800 karyawan, dengan dominasi usia 20-40 tahun, yang merupakan kelompok demografi utama pengguna

layanan fintech. Observasi awal dan survei terhadap 70 responden karyawan PN2 Liquid PT Lapi Laboratories menunjukkan bahwa meskipun 72,86% responden mengetahui adanya biaya tambahan untuk Shopee Paylater, 27,14% belum sepenuhnya memahami informasi ini. Selain itu, 64,29% responden mengakui bahwa promosi dan ulasan di media sosial mendorong mereka menggunakan layanan ini, dan 47,14% merasa harus mengikuti tren belanja online, sementara 41,43% lebih memilih mencicil daripada menabung. Data ini mengindikasikan bahwa kemudahan yang ditawarkan Shopee Paylater, pengaruh media sosial, dan desakan gaya hidup konsumtif menjadi faktor penting dalam penggunaannya di lingkungan kerja.

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan, penelitian ini tertarik untuk mengetahui seberapa besar kontribusi literasi keuangan, pengaruh media sosial, dan gaya hidup terhadap penggunaan Shopee Paylater oleh karyawan PN2 Liquid PT Lapi Laboratories. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar untuk merumuskan strategi edukasi keuangan yang lebih komprehensif

dan mendorong pengelolaan konsumsi yang lebih sehat di lingkungan kerja.

B. KAJIAN PUSTAKA

PENGUNAAN SHOPEE

PAYLATER

Penggunaan Shopee *Paylater* mengacu pada sejauh mana suatu sistem, produk, atau layanan dapat digunakan oleh pengguna secara efisien, efektif, dan komprehensif dalam kondisi dimana seseorang memutuskan pilihan dengan mempertimbangkan produk lainnya maupun persepsi untuk membeli atau tidak. Menurut (Deany Fitri & Handari Adji, 2024) terdapat empat faktor utama dalam pengukuran indikator penggunaan Shopee Paylater, yaitu:

1. Persepsi Kemudahan
2. Persepsi Manfaat
3. Intensitas Penggunaan
4. Sikap dalam Penggunaan

LITERASI KEUANGAN

Kemampuan untuk membaca, menganalisis, mengelola, dan berkomunikasi mengenai keadaan keuangan pribadi yang berpengaruh pada kesejahteraan materi seseorang. Kemampuan ini meliputi perencanaan untuk masa depan, kemampuan untuk membedakan

pilihan-pilihan keuangan, berbicara tentang masalah keuangan dan uang tanpa merasa canggung, serta memberikan respons yang bijaksana terhadap peristiwa sehari-hari yang mempengaruhi keputusan keuangan, termasuk peristiwa ekonomi secara umum (Wahyuni et al., 2022). Menurut Chen & Volpe (1998) dalam (Yusuf et al., 2023), terdapat empat indikator literasi keuangan, yaitu sebagai berikut :

1. Pengetahuan tentang keuangan pribadi secara umum (*general personal finance knowledge*)
2. Tabungan dan pinjaman (*savings and borrowings*)
3. Asuransi (*insurance*)
4. Investasi (*investment*)

MEDIA SOSIAL

Media sosial adalah platform yang memfasilitasi hubungan sosial, aktivitas berbagi konten, serta keterlibatan langsung antara individu dan organisasi dalam ruang digital (Kuswandi et al., 2025). Indikator yang digunakan untuk penelitian ini berdasarkan pada pendapat dari Antony Mayfield ma (2008:5) dalam (Sarbia, 2024) menyatakan indikator dari sebuah Media Sosial yaitu :

1. Partisipasi

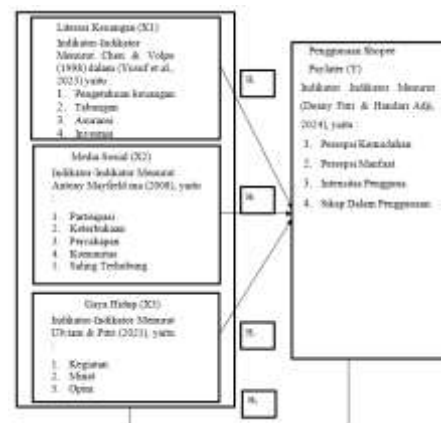
2. Keterbukaan
3. Percakapan
4. Komunitas
5. Saling Terhubung

GAYA HIDUP

Gaya hidup adalah kumpulan kebiasaan, pandangan, dan pendekatan seseorang terhadap kehidupan mereka yang dipengaruhi oleh lingkungan sosial mereka, media, dan evolusi zaman (Kuswandi et al., 2025). Menurut Ulviani & Pitri (2021) dimensi dan indikator gaya hidup yaitu:

1. Kegiatan
2. Minat
3. Opini

KERANGKA BERPIKIR



Gambar 1 Kerangka Berpikir

HIPOTESIS PENELITIAN

H₁ : Diduga ada pengaruh signifikan literasi keuangan terhadap penggunaan Shopee Paylater (studi kasus pada karyawan PN2 Liquid PT Lapi Laboratories Kabupaten Serang)

H₂ : Diduga ada pengaruh signifikan media sosial terhadap penggunaan Shopee Paylater (studi kasus pada karyawan PN2 Liquid PT Lapi Laboratories Kabupaten Serang)

H₃ : Diduga ada pengaruh signifikan gaya hidup terhadap penggunaan Shopee Paylater (studi kasus pada karyawan PN2 Liquid PT Lapi Laboratories Kabupaten Serang)

H₄ : Diduga ada pengaruh yang signifikan literasi keuangan, media sosial dan gaya hidup secara bersama-sama terhadap penggunaan Shopee Paylater (studi kasus pada karyawan PN2 Liquid PT Lapi Laboratories Kabupaten Serang)

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di PT Lapi Laboratories, sebuah perusahaan farmasi yang didirikan pada tahun 1974 dan berlokasi di Kawasan Industri Modern Cikande, Serang, Banten. Dengan populasi sebanyak 800 karyawan dan teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *sampling*

puposive sebanyak 70 karyawan PN2 Liquid dengan kriteria yang didasarkan pada responden yang menggunakan Shopee PayLater.

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif kausal (Sugiyono 2023:66) adalah hubungan yang bersifat sebab akibat, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Data untuk penelitian ini dikumpulkan melalui kuisioner. Analisis data menggunakan SPSS Versi 26.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Analisis Data

a. Uji Anlisis Deskriptif

Tabel 1 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics							
	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Penggunaan Shopee Paylater	70	40	20	60	45.30	8.035	81.633
Literasi Keuangan	70	31	29	60	48.73	7.789	80.664
Media Sosial	70	43	32	75	55.14	10.890	118.588
Gaya Hidup	70	29	16	45	33.77	7.890	89.138
Valid N (Listwise)	70						

Sumber : Diolah dengan SPSS Versi 26, (2025)

1. Variabel Penggunaan Shopee Paylater (Y) menunjukkan nilai terendah sebesar 20, nilai tertinggi sebesar 60, nilai rata-rata sebesar 45,30, dengan standar deviasi sebesar 9,035 dan varians sebesar 81,633.
2. Variabel Literasi Keuangan (X₁) mencatat nilai terendah 29, nilai tertinggi 60, nilai rata-rata 48,73,

serta standar deviasi 7,789 dan varians 60,664.

3. Variabel Media Sosial (X2) memiliki nilai terendah 32, nilai tertinggi 75, nilai rata-rata 55,14, dengan standar deviasi 10,890 dan varians 118,588.
4. Variabel Gaya Hidup (X3) menunjukkan nilai terendah 16, nilai tertinggi 45, nilai rata-rata 33,77, serta standar deviasi 7,690 dan varians 59,135.

UJI INSTRUMEN PENELITIAN

Uji Validitas

Tabel 2 Uji Validitas Penggunaan Shopee Paylater (Y)

Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Y.1	0,523	0,235	Valid
Y.2	0,533	0,235	Valid
Y.3	0,563	0,235	Valid
Y.4	0,617	0,235	Valid
Y.5	0,588	0,235	Valid
Y.6	0,635	0,235	Valid
Y.7	0,727	0,235	Valid
Y.8	0,679	0,235	Valid
Y.9	0,792	0,235	Valid
Y.10	0,854	0,235	Valid
Y.11	0,742	0,235	Valid
Y.12	0,729	0,235	Valid

Sumber : Diolah dengan SPSS Versi 26, (2025)

Tabel 3 Uji Validitas Literasi Keuangan (X1)

Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
X1.1	0,835	0,235	Valid
X1.2	0,577	0,235	Valid
X1.3	0,522	0,235	Valid
X1.4	0,647	0,235	Valid
X1.5	0,680	0,235	Valid
X1.6	0,727	0,235	Valid
X1.7	0,580	0,235	Valid
X1.8	0,733	0,235	Valid
X1.9	0,762	0,235	Valid
X1.10	0,672	0,235	Valid
X1.11	0,581	0,235	Valid
X1.12	0,459	0,235	Valid

Sumber : Diolah dengan SPSS Versi 26, (2025)

Tabel 4 Uji Validitas Media Sosial (X2)

Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
X2.1	0,492	0,235	Valid
X2.2	0,494	0,235	Valid
X2.3	0,531	0,235	Valid
X2.4	0,604	0,235	Valid
X2.5	0,675	0,235	Valid
X2.6	0,533	0,235	Valid
X2.7	0,724	0,235	Valid
X2.8	0,661	0,235	Valid
X2.9	0,501	0,235	Valid
X2.10	0,765	0,235	Valid
X2.11	0,728	0,235	Valid
X2.12	0,691	0,235	Valid
X2.13	0,685	0,235	Valid
X2.14	0,692	0,235	Valid
X2.15	0,650	0,235	Valid

Sumber : Diolah dengan SPSS Versi 26, (2025)

Tabel 5 Uji Validitas Gaya Hidup (X3)

Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
X3.1	0,734	0,235	Valid
X3.2	0,639	0,235	Valid
X3.3	0,844	0,235	Valid
X3.4	0,855	0,235	Valid
X3.5	0,776	0,235	Valid
X3.6	0,821	0,235	Valid
X3.7	0,703	0,235	Valid
X3.8	0,745	0,235	Valid
X3.9	0,817	0,235	Valid

Sumber : Diolah dengan SPSS Versi 26, (2025)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa butir pernyataan, mempunyai rhitung yang lebih besar jika dibandingkan rtabel yang nilai nya 0.235 Tidak ada pernyataan yang dianggap tidak valid karena nilai rhitung lebih tinggi dari nilai rtabel, maka semua item dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 6 Uji Validitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Nilai Cronbach's Alpha	Ket
Penggunaan Shopee Paylater	0,893	> 0,600	Reliabel
Literasi Keuangan	0,873	> 0,600	Reliabel
Media Sosial	0,892	> 0,600	Reliabel
Gaya Hidup	0,915	> 0,600	Reliabel

Sumber : Diolah dengan SPSS Versi 26, (2025)

Dari tabel di atas hasil yang diperoleh melalui analisa yang ditunjukkan nilai *Alpha Cronchbach* lebih besar dari 0,6 maka semua variabel dikatakan *reliable*.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 7 Hasil Uji One Samoel Komlogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandarized Residual
N		70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.43351538
Most Extreme Differences	Absolute	.096
	Positive	.061
	Negative	-.096
Test Statistic		.096
Asymp. Sig. (2-tailed)		.176 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Diolah dengan SPSS Versi 26, (2025)

Tingkat signifikansi tersebut diatas 0,05 atau bisa di tuliskan ($0,176 > 0,05$) yang berarti bahwa data tersebut normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 8 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	150	3.889		.844	.905
	Literasi Keuangan	.322	.087	.278	3.683	.000
	Media Sosial	.189	.090	.227	2.092	.040
	Gaya Hidup	.564	.125	.480	4.511	.000

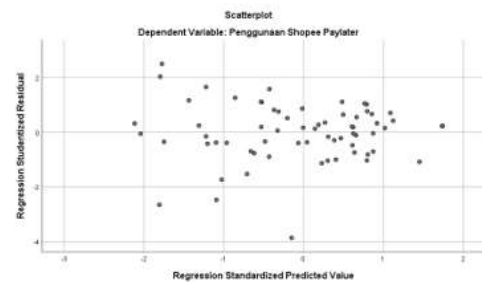
a. Dependent Variable: Penggunaan Shopee Paylater

Sumber : Diolah dengan SPSS Versi 26, (2025)

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai variebel Literasi Keuangan, Media Sosial dan Gaya Hidup ($1.558, 3.242$ dan $3.102 < 10$) sedangkan nilai tolerance variebel Literasi Keuangan,

Media Sosial dan Gaya Hidup sebesar ($0.642, 0.308$ dan $0.322 > 0,1$) karena nilai VIF antar ketiga variabel tidak lebih besar dari 10, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas antara variabel bebas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Diolah dengan SPSS Versi 26, (2025)

Berdasarkan tampilan gambar di atas, pendistribusian data tampak tidak teratur dan tidak membentuk pola tertentu, dengan sebaran titik-titik di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	150	3.889		.844	.905
	Literasi Keuangan	.322	.087	.278	3.683	.000
	Media Sosial	.189	.090	.227	2.092	.040
	Gaya Hidup	.564	.125	.480	4.511	.000

a. Dependent Variable: Penggunaan Shopee Paylater

Sumber : Diolah dengan SPSS Versi 26, (2025)

Persamaan regresi di atas dapat diartikan sebagai berikut :

1. Konstanta yang bernilai 0,156 menunjukkan bahwa jika nilai Literasi Keuangan (X1), Media Sosial (X2), dan Gaya Hidup (X3) adalah nol, maka Penggunaan Shopee Paylater (Y) akan mencapai 0,156.
2. Koefisien Literasi Keuangan (X1) yang positif sebesar 0,322 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam Literasi Keuangan akan menyebabkan peningkatan Penggunaan Shopee Paylater sebesar 0,322 satuan.
3. Nilai Koefesiensi Media Sosial (X2) bernilai positif sebesar 0,189 artinya setiap penambahan/ peningkatan 1 satuan akan mengakibatkan Penggunaan Shopee Paylater mengalami kenaikan sebesar 0,189 1 satuan.
4. Nilai Koefesiensi Gaya Hidup (X3) bernilai positif sebesar 0,564 artinya setiap penambahan/ peningkatan 1 satuan akan mengakibatkan Penggunaan Shopee Paylater mengalami kenaikan sebesar 0,564 1 satuan.

Uji Hipotesis

Uji t (parsial)

Tabel 10 Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	.158	1.589			.046	.965
Literasi Keuangan	.322	.087	.278		3.683	.000
Media Sosial	.189	.090	.227		2.092	.040
Gaya Hidup	.564	.125	.488		4.511	.000

a. Dependent Variable: Penggunaan Shopee Paylater
 Sumber : Diolah dengan SPSS Versi 26, (2025)

1. Literasi Keuangan (X1)

Dari analisis regresi, diperoleh nilai thitung yang merupakan output dari uji hipotesis untuk nilai thitung sebesar 3,683. Diketahui bahwa nilai ttabel sebesar 1,997, dan nilai thitung lebih besar dari nilai ttabel, (thitung $3,683 > 1,997$), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini membuktikan bahwa ada pengaruh antara Literasi Keuangan terhadap Penggunaan Shopee Paylater pada karyawan PN2 Liquid PT Lapi Laboratories Kabupaten Serang.

2. Variabel Media Sosial (X2)

Analisis regresi, diperoleh nilai thitung yang merupakan output dari uji hipotesis untuk nilai thitung sebesar 2,092. Diketahui nilai ttabel sebesar 1,997. Nilai thitung lebih kecil dari ttabel (thitung $2,092 > 1,997$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini membuktikan bahwa ada pengaruh antara Media Sosial terhadap Penggunaan Shopee Paylater pada

karyawan PN2 Liquid PT Lapi Laboratories Kabupaten Serang.

3. Variabel Gaya Hidup (X3)

Dari analisis regresi, diperoleh nilai thitung yang merupakan output dari uji hipotesis untuk nilai thitung sebesar 4,511. Diketahui nilai ttabel sebesar 1,997. Nilai thitung lebih besar dari ttabel (thitung 4,511 > 1,997), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini membuktikan bahwa ada pengaruh antara Gaya Hidup terhadap Penggunaan Shopee Paylater pada karyawan PN2 Liquid PT Lapi Laboratories Kabupaten Serang.

Uji f (simultan)

Tabel 11 Hasil Uji f

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	4278.432	3	1425.477	69.368	.000 ^b
Residual	1356.208	46	29.483		
Total	5632.700	49			

a. Dependent Variable: Penggunaan Shopee Paylater
b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Literasi Keuangan, Media Sosial
Sumber : Diolah dengan SPSS Versi 26, (2025)

Diketahui bahwa nilai Ftabel adalah 2,74, sementara hasil perhitungan menunjukkan nilai Fhitung sebesar 69,368. Untuk menentukan apakah pengaruhnya signifikan, dilakukan perbandingan antara Fhitung dan Ftabel, yaitu 69,368 lebih besar dari 2,74. Berdasarkan kriteria uji tersebut dan hasil perhitungan, dapat disimpulkan bahwa secara simultan, Literasi Keuangan (X1), Media Sosial (X2), dan Gaya Hidup (X3) berpengaruh

signifikan terhadap variabel Penggunaan Shopee Paylater (Y) pada Karyawan PN2 Liquid PT Lapi Laboratories di Kabupaten Serang.

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^a				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.871 ^a	.759	.748	4.533

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Literasi Keuangan, Media Sosial
b. Dependent Variable: Penggunaan Shopee Paylater

Sumber : Diolah dengan SPSS Versi 26, (2025)

Berdasarkan hasil analisis, diketahui bahwa variabel Literasi Keuangan, Media Sosial, dan Gaya Hidup secara simultan berpengaruh sebesar 75,9% terhadap Penggunaan Shopee PayLater. Hal ini menunjukkan pengaruh yang signifikan dari ketiga variabel tersebut. Sementara itu, 24,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Koefisien korelasi sebesar 0,871 mengindikasikan adanya hubungan yang sangat kuat antara ketiga variabel independen dengan variabel dependen.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Setelah dilakukan serangkaian uji hipotesis, diperoleh sejumlah temuan yang akan dijelaskan dalam bagian pembahasan ini. Temuan tersebut

bertujuan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang telah dikemukakan dalam rumusan masalah penelitian. Adapun hasil penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap penggunaan Shopee Paylater secara parsial pada karyawan PN2 Liquid PT Lapi Laboratories Kabupaten Serang?

Pengujian Hipotesis pertama menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Penggunaan Shopee Paylater pada karyawan PN2 Liquid PT Lapi Laboratories Kabupaten Serang. Dalam penelitian ini bahwa dihasilkan dari uji hipotesis untuk thitung sebesar 3,683 menunjukkan bahwa nilai thitung sebesar 3,683 lebih besar dari nilai ttabel sebesar 1,997 (thitung $3,683 > 1,997$). Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan sesuai hipotesis alternatif.

2. Apakah media sosial berpengaruh terhadap

penggunaan Shopee Paylater secara parsial pada karyawan PN2 Liquid PT Lapi Laboratories Kabupaten Serang?

Pengujian Hipotesis kedua menunjukkan bahwa variabel Media Sosial berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan Shopee Paylater pada karyawan PN2 Liquid PT Lapi Laboratories Kabupaten Serang. Dalam penelitian ini bahwa dihasilkan dari uji hipotesis nilai ttabel sebesar 1,997. Nilai thitung lebih besar dari ttabel (thitung $2,092 > 1,997$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini membuktikan bahwa ada pengaruh antara Media Sosial terhadap Penggunaan Shopee Paylater pada karyawan PN2 Liquid PT Lapi Laboratories Kabupaten Serang.

Penggunaan atau keterpaparan terhadap media sosial terbukti memengaruhi keputusan mereka dalam memanfaatkan layanan Shopee PayLater. Media sosial merupakan salah satu saluran informasi dan promosi yang cukup dominan dalam kehidupan sehari-

hari, terutama dalam hal pemasaran digital, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial menjadi faktor penentu bagi karyawan tersebut dalam menggunakan layanan.

3. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap penggunaan Shopee Paylater secara parsial pada karyawan PN2 Liquid PT Lapi Laboratories Kabupaten Serang?

Pengujian Hipotesis Ketiga menunjukan bahwa variabel Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan Shopee Paylater pada karyawan PN2 Liquid PT Lapi Laboratories Kabupaten Serang. Nilai yang dihasilkan dari uji hipotesis untuk thitung sebesar 4,511. Diketahui nilai ttabel sebesar 1,997. Nilai thitung lebih besar dari ttabel ($t_{hitung} 4,511 > 1,997$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini membuktikan bahwa ada pengaruh antara Gaya Hidup terhadap Penggunaan Shopee Paylater pada karyawan PN2 Liquid PT Lapi Laboratories Kabupaten Serang.

4. Apakah terdapat pengaruh literasi keuangan, media sosial, dan gaya hidup secara simultan terhadap penggunaan Shopee Paylater pada karyawan PN2 Liquid PT Lapi Laboratories Kabupaten Serang?

Dalam penelitian ini, diketahui bahwa nilai F_{tabel} sebesar 2,74. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} adalah 69,368. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($69,368 > 2,74$), maka berdasarkan kriteria uji yang digunakan, dapat disimpulkan bahwa variabel Literasi Keuangan (X_1), Media Sosial (X_2), dan Gaya Hidup (X_3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Penggunaan Shopee PayLater (Y) pada karyawan PN2 Liquid PT Lapi Laboratories Kabupaten Serang.

Selain itu, hasil perhitungan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,759 menunjukkan bahwa 75,9% variasi dalam penggunaan Shopee PayLater dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sementara 24,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model. Koefisien korelasi sebesar 0,871

menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat antara Literasi Keuangan, Media Sosial, dan Gaya Hidup terhadap penggunaan Shopee PayLater secara simultan.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa berdasarkan analisis data penelitian ini yaitu :

1. Pengujian Hipotesis pertama menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Penggunaan Shopee Paylater pada karyawan PN2 Liquid PT Lapi Laboratories Kabupaten Serang. Dalam penelitian ini bahwa dihasilkan dari uji hipotesis untuk thitung sebesar 3,683. Diketahui nilai ttabel sebesar 1,997, Nilai thitung lebih besar dari ttabel ($\text{thitung } 3,683 > 1,997$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima
2. Pengujian Hipotesis kedua dalam penelitian ini memberikan hasil dari uji hipotesis nilai ttabel sebesar 1,997. Nilai thitung lebih besar dari ttabel ($\text{thitung } 2,902 > 1,997$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini membuktikan

bahwa ada pengaruh antara Media Sosial terhadap Penggunaan Shopee Paylater pada karyawan PN2 Liquid PT Lapi Laboratories Kabupaten Serang.

3. Pengujian Hipotesis Ketiga menunjukan bahwa variabel Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan Shopee Paylater pada karyawan PN2 Liquid PT Lapi Laboratories Kabupaten Serang. Nilai yang dihasilkan dari uji hipotesis untuk thitung sebesar 4,511. Diketahui nilai ttabel sebesar 1,997. Nilai thitung lebih besar dari ttabel ($\text{thitung } 4,511 > 1,997$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini membuktikan bahwa ada pengaruh antara Gaya Hidup terhadap Penggunaan Shopee Paylater pada karyawan PN2 Liquid PT Lapi Laboratories Kabupaten Serang.
4. Dalam Penelitian ini diketahui nilai Ftabel sebesar 2,74. Dari hasil perhitungan didapat nilai Fhitung 68,368, untuk menentukan apakah pengaruhnya signifikan atau tidak , maka dilakukan perbandingan nilai Fhitung $68,368 > Ftabel \ 2,74$. Berdasarkan

kriteria uji diatas dan hasil perhitungan, dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama Keuangan (X1), Media Sosial (X2), dan Gaya Hidup (X3) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel Penggunaan Shopee Paylater (Y) pada Karyawan PN2 Liquid PT Lapi Laboratories Kabupaten. Selain itu, hasil perhitungan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,759 menunjukkan bahwa 75,9% variasi dalam penggunaan Shopee PayLater dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sementara 24,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model. Koefisien korelasi sebesar 0,871 menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat antara Literasi Keuangan, Media Sosial, dan Gaya Hidup terhadap penggunaan Shopee PayLater secara simultan.

SARAN

Merujuk pada hasil penelitian, penulis menyampaikan beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi pihak-pihak terkait. Saran-saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Untuk Karyawan:

Karyawan disarankan untuk belajar lebih banyak tentang keuangan melalui berbagai sumber terpercaya agar mereka dapat membuat keputusan keuangan yang lebih bijak, terutama dengan menggunakan layanan seperti Shopee Paylater.

2. Untuk Peneliti Selanjutnya:

Penelitian lebih lanjut dapat memperluas subjek penelitian dengan melihat perusahaan lain, industri lain, atau orang-orang secara keseluruhan. Agar pemahaman lebih luas, disarankan untuk memasukkan variabel tambahan seperti perilaku konsumtif, pendapatan, dan kontrol diri. Untuk memahami lebih lanjut alasan dan tindakan pengguna Paylater, metode penelitian seperti pendekatan kualitatif atau metode campuran dapat digunakan.

F. DAFTAR PUSTAKA

Aldani, F. W. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan , Media Sosial dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee PayLater (Studi Kasus Generasi Muda Muslim di Kabupaten*

- Boyolali). 3(01), 127–134.
<https://journal.itbaas.ac.id/index.php/jieig/article/view/170>
- Deany Fitri, T., & Handari Adji, W. (2024). Pengaruh Shopeepaylater terhadap Daya Beli dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Politeknik Piksi Ganesha Bandung. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(5), 3601–3614. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i5.1137>
- Kuswandi, A., Rasyid, M. H. Al, Nuraini, S., & Nurul, Z. (2025). *Pendekatan Pentahelix dalam Tata Kelola Desa Wisata Berkelanjutan di Desa Bantaragung Kabupaten Majalengka*. 10(2), 324–343.
- Regina, T. (2024). Dampak Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z. *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi Dan Bisnis*, 13(1), 50–57. <https://doi.org/10.56486/kompleksitas.vol13no1.501>
- Sarbia, S. (2024). Sosial Media Marketing dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Instagram). *Vifada Management and Social Sciences*, 2(1), 01–15. <https://doi.org/10.70184/59t7dc19>
- SNLIK. (2024). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan*. <https://moneter.id/survey-snlik-2024-indeks-literasi-keuangan-perempuan-lebih-tinggi-dibanding-laki-laki-di-tahun-2023>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Timung, R., Angi, Y. F., & Ga, L. L. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Penerima Beasiswa Bank Indonesia Di Universitas Nusa Cendana. *Jakra - Jurnal Akuntansi UNWIRA*, 8–19.
- Wahyuni, S. F., Radiman, R., Jufrizen, J., Hafiz, M. S., & Gunawan, A. (2022). Model Praktik Manajemen Keuangan Pribadi Berbasis Literasi Keuangan, Orientasi Masa Depan dan Kecerdasan Spiritual pada Generasi “Y” Di Kota Medan. *Owner*, 6(2), 1529–1539. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.780>