

## Pengaruh Gaya Hidup dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee *PayLater*

Rahayu Mutiara<sup>1</sup>, Mulia Amirullah<sup>2</sup>, Ganjar Santika<sup>3</sup>

<sup>123</sup>Ekonomi Syariah, Sekolah Tinggi Ekonomi Islam (STEI) Fitrah Insani

<sup>1</sup>ayurhy2334gmail.com, <sup>2</sup>mul.amirulloh@gmail.com, <sup>3</sup>ganjarsantika1234@gmail.com

### Abstrak

Aplikasi Shopee merupakan platform perdagangan digital yang memberikan pengalaman berbelanja baru kepada pelanggan dengan menghadirkan metode pembayaran *paylater*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup dan religiusitas terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee *paylater*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan jenis data primer. Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa program sarjana (S1) di Kabupaten Ciamis. Sampel penelitian sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data, yang kemudian di analisis dengan menggunakan berbagai teknik analisis data yaitu uji instrumen, uji asumsi klasik, uji regresi berganda, dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa gaya hidup secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee *paylater*. Religiusitas secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee *paylater*. Secara simultan, gaya hidup dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee *paylater*.

Kata kunci: Gaya Hidup, Religiusitas, Keputusan Pembelian

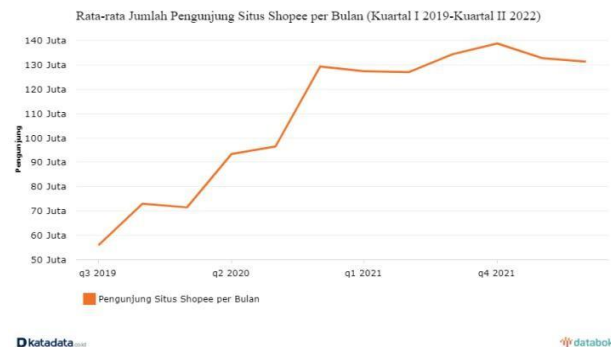
### 1. Pendahuluan

Perkembangan di era digital kini semakin maju. Kemajuan teknologi telah mengubah aktivitas manusia yang semula bersifat fisik menjadi bentuk nonfisik, dan terciptalah informasi dan komunikasi yang meluas untuk mentransformasikan gaya hidup manusia yang sebelumnya ditinggalkan dengan adanya modernisasi. Hal ini tergambar melalui contoh bagaimana komunikasi dan berbagi informasi yang sebelumnya dilakukan secara tatap muka kini dapat dilakukan dengan lebih mudah tanpa perlu adanya pengenalan secara tatap muka.

Salah satu aplikasi yang sangat populer saat ini adalah *digital commerce* atau *e-commerce*. Perdagangan elektronik berarti setiap kegiatan usaha yang menggunakan media internet untuk melakukan kegiatan yang berhubungan dengan konsumen, produsen, penyedia jasa, atau layanan dan pedagang perantara (Salsabella, 2020). Kehadiran *e-commerce* saat ini berperan besar dalam mengubah perilaku konsumen. Meskipun awalnya hanya dapat dilakukan dengan mengunjungi pasar, *mall*, ataupun berupa toko secara langsung, kini dapat dengan mudah dilakukan secara *online* kapan saja dan dimana saja (Sari, 2020).

Aplikasi Shopee merupakan platform perdagangan digital yang didirikan pada tahun 2015 dibawah naungan *Sea Limited* yang berbasis di Singapura dan kini luas jangkauannya ke Indonesia, Taiwan, Thailand, Malaysia, Vietnam, dan Filipina. Kehadiran aplikasi Shopee di Indonesia, memberikan pengalaman berbelanja baru. Aplikasi ini terkernak dengan berbagai penawarannya yang menarik minat konsumen indonesia, seperti gratis ongkos kirim, *cashback* dan *voucher*, koin Shopee, Shopeepay layanan *Cash on Delivery* dan permainan Shopee berhadiah dan mudah bagi pengguna. Penjual dapat mendaftarkan produk yang dijualnya, dan pembeli dapat dengan mudah menelusuri katalog toko online penjual menggunakan proses pembayaran yang terintegrasi dan aman. Proses pembayaran pada aplikasi Shopee sangat mudah dan pembeli dapat memilih metode pembayaran melalui Shopeepay, *Cash on Delivery*, transfer bank, kartu kredit, *instan debit*, alfamidi/alfamart, indomart dan Shopee menawarkan fitur terbarunya yakni Shopee *Paylater*. Shopeepay *later* menyediakan fitur-fitur bermanfaat yang menarik minat orang untuk menggunakan fitur ini. Kemajuan teknologi digital kini semakin nyaman dan memudahkan.

Untuk pembelian yang dilakukan menggunakan metode pembayaran Shopee *paylater*, bunga akan digunakan sebagai kompensasi antar peminjam dan *platform*, yang akan digunakan dalam bentuk dana tambahan pada saat pembelian. Namun hal ini tidak sesuai dengan hukum islam mengenai riba. Riba merupakan akibat dari penambahan aktivitas utang dan piutang untuk instrumen terbuka. Di *platform* Shopee suku bunga bulanan minimal 2,95%. Selain itu ada biaya pemrosesa sebesar 1% dari total jumlah pembelian, ditambah 5% dari total keterlambatan pembayaran.



Gambar1.1 Jumlah Pengunjung Shopee per Bulan (2019-2020)

Menurut data yang dihimpun iPrice, pada kuartal II 2022 Shopee memiliki rata-rata 131,3 juta pengunjung website per bulan. Angka tersebut kalah dari Tokopedia, yang berhasil menarik 158,3 juta pengunjung website per bulan pada periode sama. Sebelum pandemi, Shopee baru memiliki 56 juta pengunjung website per bulan pada kuartal III 2019. Kemudian selama pandemic pengunjungnya terus bertambah, namun trennya cenderung menurun pada dua kuartal pertama tahun ini seperti terlihat pada grafik. Secara kumulatif, selama periode kuartal III 2019 sampai kuartal II 2022 jumlah pengunjung website Shopee sudah tumbuh sekitar 134%. Menurut iPrice, selama periode tersebut memang ada kecenderungan pergeseran perilaku konsumen Indonesia, dari yang awalnya mengaksese-commerce lewat aplikasi ponsel menjadi lewat situs langsung. Alhasil, pertumbuhan pengunjung *website* juga dialami oleh banyak *e-commerce* lain.

Besarnya bunga yang ditentukan oleh platform Shopee mengakibatkan tingginya ketidakmampuan pengguna *ShopeePayLater* dalam membayar pinjaman sehingga sangat mudah bagi mereka terlintas hutang atau tidak mampu membayarnya. Hutang adalah dana yang diserahkan kepada seseorang yang membutuhkan dana pinjaman kemudian dana pinjaman tersebut akan dikembalikan pada waktu yang telah ditentukan dengan nominal yang sama. Jadi dapat disimpulkan bahwa penggunaan *ShopeePayLater* bertentangan dengan syariat agama Islam karena tidak terdapat dalam Al-Qur'an dan Hadits.

Keputusan dalam menggunakan *Shopee Paylater* sangat penting, menurut Philip Kotler, disebutkan di dalam bukunya yakni keputusan pembelian dipengaruhi oleh 4 faktor yakni: faktor budaya (kebangsaan, agama, kelompok ras, dan daerah geografis), faktor sosial (kelompok, keluarga, peran dan status), faktor pribadi (usia dan siklus hidup keluarga, pekerjaan dan lingkungan ekonomi, situasi ekonomi, gaya hidup, dan kepribadian), dan faktor psikologi.

Faktor Gaya hidup yakni faktor dari kebutuhan sekunder dan minat untuk membeli yang akan terus beralih tergantung adanya perubahan tren terbaru atau adanya kebutuhan dalam memenuhi gaya hidup seseorang (Gesiradja, 2021). Gaya hidup mencerminkan cara seseorang hidup, menghabiskan uang dan waktu, serta mencakup pola hidup seseorang dalam aktivitas, minat, dan pandangan dalam pengeluaran uang dan cara membagi waktunya. Oleh karena itu, gaya hidup menggambarkan perilaku seseorang dalam memanfaatkan waktu dan uangnya, serta cara hidupnya secara keseluruhan (Hardiyanti, 2021). Berada di usia remaja biasanya memiliki gaya hidup yang modern dan hedonis yakni dengan memiliki rasa penasaran yang tinggi dan berorientasi pada tren yang selalu *up to date* (Rahmawati, 2022). Seseorang cenderung mengikuti gaya hidup yang sedang tren saat ini, Perubahan gaya hidup mendorong seseorang dalam melakukan pembelian untuk berbelanja memenuhi kebutuhan gaya hidup. Jika seseorang memiliki kecenderungan untuk mengikuti perkembangan tren terbaru, hal ini akan mendorong seseorang berusaha untuk memenuhi keinginan tersebut untuk melakukan pembelian dengan iming-iming fitur *ShopeePaylater*.

Selain itu, dalam konteks hukum syariat Islam dalam Fatwa DSN-MUINo:116/DSN-MUI/IX/2017 yang menunjukkan bahwa *Shopee Paylater* memiliki unsur riba, tingkat religiusitas seseorang akan mempengaruhi keputusannya untuk melakukan pembelian menggunakan metode pembayaran *ShopeePaylater*. Religiusitas adalah bagaimana seseorang meyakini suatu agama, semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang maka semakin

tinggi pula tingkat pemahaman tentang ajaran agama termasuk dalam mengambil keputusan (Elfani, 2021). Pertimbangan antara yang halal dan yang haram, apakah mengandung riba atau tidak, menjadi factor penentu dalam mengambil keputusan pembelian dalam menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater* (Adika, 2021).

Penelitian yang dilakukan (Aldeana meliani dkk:2021) Menyatakan bahwa Religiusitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, namun variable gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di *marketplace*.

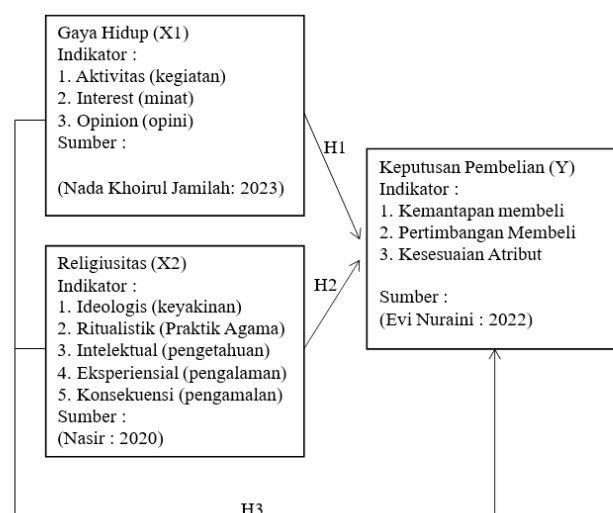
Metode beli sekarang bayar nanti atau yang terkenal dengan istilah *Paylater* menjadi pilihan favorit kaum muda dalam berbelanja secara digital atau online kaum muda yang dimaksud disini adalah generasi Z atau Gen Z yang termasuk di dalamnya adalah mereka yang lahir periode 1995 hingga 2010. Fenomena kaum muda yang gemar menggunakan fitur *Paylater* ini terjadi secara global. Berdasarkan data dari studi yang dilakukan oleh forbes, pada tahun 2022 di inggris, penggunaan buy now *paylater* didominasi oleh gen Z. Hal ini tercerminkan dalam rata-rata utang BNPL perbulan penduduk usia 18-24 tahun yang mencapai 80% kemudian diikuti penduduk usia 25-34 tahun dengan besaran 75%. Sedangkan, penduduk usia 35-44 tahun memiliki besaran utang BNPL per bulan dengan besaran 63%. (Kevinsihotang, 2023).

Mahasiswa termasuk dalam salah satu elemen masyarakat yang melakukan kegiatan pembelian impulsive atau biasa disebut dengan pembelian yang tak terencana (*impulsive buying*). Akibatnya hampir tidak ada yang memperhatikan seberapa cepat pengeluaran menumpuk pada akhirbulan ,jika terlambat bayar akan terus mendapat denda yang mengandung riba. Namun pada kenyataannya penggunaan Shope *Paylater* banyak dari kalangan mahasiswa muslim, dari sekian banyak pengguna Shope *Paylater* memang ada beberapa yang tidak tahu bahwa mengandung unsure riba di dalamnya. Tapi tidak sedikit dari pengguna yang mengetahui hal tersebut. Dikalangan mahasiswa yang melek teknologi dan tentu saja mendapatkan pengetahuan agama selama masa pendidikannya.

## 2. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang dapat dicapai dengan menggunakan beberapa prosedur statistik atau caracara lain dari pengukuran, dengan menggunakan pengaruh antar variabel dan dinyatakan dengan angka serta dengan mendeskripsikan dan diperkuat dengan teori-teori yang sudah ada sebelumnya dan menggunakan teknis analisis data sesuai dengan variabel dalam penelitian (Jaya, 2020). Prosedur pungumpulan data dari penelitian ini yaitu studi kepustakaan, Studi lapangan dan kuesioner. Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer yaitu data yang dikumpulkan oleh peneliti langsung dari sumber atau lokasi penelitian dilakukan (Priadana, 2021).

Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Sarjana (S1) di Kabupaten Ciamis. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling dimana sampel dipilih sesuai kriteria yang ditetapkan peneliti yaitu mahasiswa Program Sarjana di Kabupaten Ciamis dan aktif atau pernah menggunakan fitur Shopee *Paylater*. Sehingga, diperoleh sampel 100 sampel dari populasi. Teknik analisis data yang dilakukan yaitu uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, dan uji hipotesis.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

### 3. Hasil Penelitian dan Diskusi

#### Karakteristik Responden

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin sebanyak 49 orang (49%) berjenis kelamin laki-laki dan sebanyak 51 orang (51%) berjenis kelamin perempuan. Karakteristik responden penelitian ini berdasarkan usia yaitu usia di bawah 20 tahun sebanyak 8 orang atau 8%, responden, yang berusia 20 Tahun sebanyak 11 orang atau 11%, responden yang berusia 21 tahun sebanyak 12 orang atau 12% , responden yang berusia 22 tahun sebanyak 31 orang atau 31%, responden yang berusia 23 tahun sebanyak 13 orang atau 13%, responden yang berusia 24 tahun sebanyak 6 orang (6%) dan responden yang berusia lebih dari 24 tahun sebanyak 19 orang (19).

#### Uji Instrumen

#### Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner (Ibrahim, 2021). Caranya dengan membandingkan antara  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ . Suatu angket ataupun kuesioner dinyatakan valid apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan sebaliknya apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka data tidak valid. Pengujian dilakukan dengan sejumlah 100 sampel,  $\alpha$  0.05,

Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Gaya Hidup (X1)	X1.1	0,525	0,1966	Valid
	X1.2	0,719	0,1966	Valid
	X1.3	0,814	0,1966	Valid
	X1.4	0,843	0,1966	Valid
	X1.5	0,814	0,1966	Valid
	X1.6	0,819	0,1966	Valid
Religiusitas (X2)	X2.1	0,841	0,1966	Valid
	X2.2	0,837	0,1966	Valid
	X2.3	0,845	0,1966	Valid
	X2.4	0,804	0,1966	Valid
	X2.5	0,442	0,1966	Valid
Keputusan pembelian (Y)	Y1	0,912	0,1966	Valid
	Y2	0,908	0,1966	Valid
	Y3	0,889	0,1966	Valid
	Y4	0,874	0,1966	Valid

#### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui seberapa konsisten jawaban responden dari waktu ke waktu. Rumus *Cronbach's Alpha* digunakan untuk mengetahui reliabilitas instrumen. sebuah instrumen dianggap reliabel jika nilai *Cronbach's alpha* > 0,60 dan dinyatakan tidak reliabel apabila nilai *Cronbach's alpha* pada variabel lebih kecil dari 0,60. Hasil uji reliabilitas ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 3.2 Hasil Uji Reliabilitas

No	Kode Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Kritik	Keterangan
1	<i>Gaya hidup</i> (X <sub>1</sub> )	0,848	> 0,60	Reliabel
2	<i>Religiusitas</i> (X <sub>2</sub> )	0,818	> 0,60	Reliabel
3	Keputusan pembelian (Y)	0,917	> 0,60	Reliabel

Tabel di atas menunjukkan bahwa variabel X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, dan Y dianggap reliabel karena masing-masing memiliki *Cronbach alpha* > 0,60.

## Uji Asumsi Klasik

### Uji Normalitas

Untuk mengetahui sebuah data berdistribusi normal adalah dengan menguji statistik menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Test*. dianggap berdistribusi normal jika nilai sig > 0,05 dan jika sig uji *Kolmogorov-Smirnov* Sig < 0,05 maka data bukanlah berdistribusi normal (Ghozali, 2018).

Tabel 3.3 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean		,000000
	Std. Deviation		4,49156981
Most Extreme Differences	Absolute		,062
	Positive		,055
	Negative		-,062
Test Statistic			,062
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>			,200 <sup>d</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>e</sup>	Sig.		,457
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,444
		Upper Bound	,470

a. Test distribution is Normal.  
b. Calculated from data.  
c. Lilliefors Significance Correction.  
d. This is a lower bound of the true significance.  
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Dari table diatas hasil uji normalitas data dengan menggunakan metode *Kolmogorov Smirnov* dapat dilihat bahwasannya berdasarkan data pengujian pada tabel diperoleh nilai *p-value* (*Asymp,Sig. (2-tailed)*) 0,200 (0,200>0,05) sehingga dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal.

### Uji Muultikolinearitas

Tabel 3.4 Hasil Uji Multikolinearitas

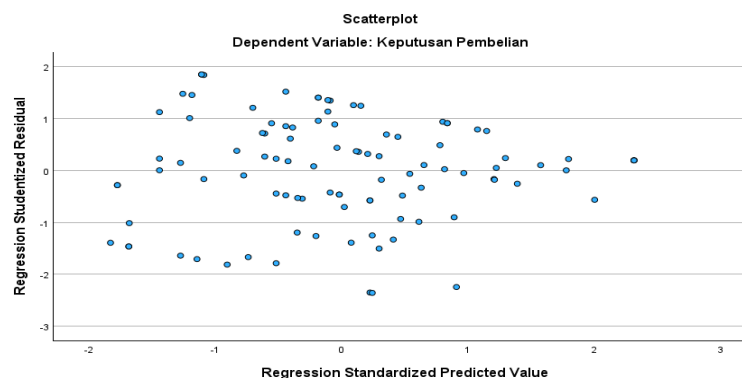
Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	7,292	3,301		2,209	,030		
	Gaya Hidup	,362	,076	,435	4,765	<,001	1,000	1,000
	Religiusitas	,039	,143	,025	,275	,784	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji pada tabel diatas, diperoleh nilai VIF untuk masing-masing variabel independen adalah 1 kurang dari 10 dan nilai *tolerance* 1,000>0,1 yang artinya antar variabel independen bebas dari multikolenieritas sehingga model regresi dapat dan layak dilakukan

### Uji Heteroskedastisitas

Tabel 3.5 Hasil Uji Heterokedastisitas



Berdasarkan tabel di atas, grafik menunjukkan bahwa titik-titik pada grafik tidak membentuk suatu pola, sehingga dapat dinyatakan data tersebut tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

### Uji Linieritas

Uji linieritas menentukan ada tidaknya hubungan linier antara variabel terikat dengan sekelompok variabel bebas. Jika hasilnya menunjukkan distribusi data linier maka metode tersebut dapat digunakan sebagai data (Febriyani, 2020).

Tabel 3.6 Hasil Uji Linieritas Pengetahuan (X1)

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Gaya Hidup	Between Groups	(Combined)	935,360	23	40,668	2,020	,012
		Linearity	466,985	1	466,985	23,190	<,001
		Deviation from Linearity	468,375	22	21,290	1,057	,411
	Within Groups		1530,430	76	20,137		
	Total		2465,790	99			

Berdasarkan table diatas diperoleh hasil pengujian nilai *deviation from Linearity* Sig. = 0,411 > 0,05 maka terdapat kelinieran antara variabel X<sub>1</sub> dengan Y.

Tabel 3.7 Hasil Uji Linieritas Lingkungan Sosial (X2)

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Religiusitas	Between Groups	(Combined)	172,740	12	14,395	,546	,878
		Linearity	1,134	1	1,134	,043	,836
		Deviation from Linearity	171,606	11	15,601	,592	,831
	Within Groups		2293,050	87	26,357		
	Total		2465,790	99			

Berdasarkan tabel diatas diperoleh hasil pengujian nilai *Deviation From Linearity* Sig. = 0,831 > 0,05 maka terdapat kelinieran antara variabel X<sub>2</sub> dengan Y.

### Analisis Regresi Berganda

Tabel 3.8 Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,292	3,301		2,209	,030
	Gaya Hidup	,362	,076	,435	4,765	<,001
	Religiusitas	,039	,143	,025	,275	,784

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel hasil pengujian diatas dapat di formulasikan persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = 4,431 + 0,140X_1 + 0,613 X_2 :$$

Nilai konstanta (a) yaitu 7,292 yang berarti jika gaya hidup dan religiusitas nilainya 0 tanpa adanya X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub> maka dapat dinyatakan bahwa keputusan pembelian menggunakan Shopee Paylater memiliki peningkatan sebesar 7,292. Koefisien variabel Gaya Hidup bernilai positif sebesar 0,362 yang menunjukkan bahwa keputusan pembelian menggunakan Shopee Paylater akan meningkat seiring dengan peningkatan gaya hidup. Pada variabel religiusitas memiliki nilai koefisien positif sebesar 0,039.

### Uji Hipotesis

#### Uji t

Tabel 3.9 Hasil Uji t Parsial

Coefficients <sup>a</sup>					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	7,292	3,301		2,209
	Gaya Hidup	,362	,076	,435	4,765
	Religiusitas	,039	,143	,025	,275

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel di atas gaya hidup memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,001 < 0,05 dengan nilai  $t_{hitung}$  4,765 >  $t_{tabel}$  1,984. Berdasarkan hasil pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. Artinya variabel gaya hidup secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.2075>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Religiusitas memiliki signifikansi sebesar  $0,784 > 0,05$  dengan nilai  $t_{hitung} 0,275 < t_{tabel} 1,984$ . Berdasarkan hasil pernyataan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya variable religiusitas secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

## Uji F

Tabel 3.10 Hasil Uji F Stimultan

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	468,544	2	234,272	11,378	<,001 <sup>b</sup>
	Residual	1997,246	97	20,590		
	Total	2465,790	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Religiusitas, Gaya Hidup

Tabel di atas menunjukkan nilai  $F_{hitung} 11,378 > F_{tabel} 3,09$  dengan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$ . Dengan demikian, keputusan  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan gaya hidup dan religiusitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan Shopee paylater pada mahasiswa di Kabupaten Ciamis.

## Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Tabel 3.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,436 <sup>a</sup>	,190	,173	4,538

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Gaya Hidup

Dari tabel diatas, nilai *Adjusted RSquare* yang diperoleh adalah sebesar 0,173. Artinya pengaruh gaya hidup dan religiusitas terhadap keputusan pembelian sebesar 17,3 % ( $100\% - 17,3\% = 82,7\%$ ). Sedangkan sisanya yaitu 82,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater

Gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji parsial atau uji t memperlihatkan bilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $4,765 > 1,984$ ) dan nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran ShopeePaylater.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Meliani, dkk (2021) yang menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk busana muslim di *marketplace*. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizki (2021) yang menyatakan bahwa gaya hidup secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara *online*.

Hasil diatas menunjukkan bahwa ternyata gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian selaras dengan teori gaya hidup mencerminkan perilaku seseorang dalam memanfaatkan waktu dan uangnya, serta cara hidupnya secara keseluruhan, gaya hidup juga dipandang relatif dan cepat berubah, semakin tinggi gaya hidup semakin tinggi pula keinginan seseorang untuk melakukan keputusan pembelian produk (Hardiyanti, 2021). Karena keinginan yang semakin kuat maka orang akan cenderung mengupayakan apapun untuk memenuhi gaya hidupnya salah satunya dengan belanja secara *online* menggunakan metode pembayaran ShopeePaylater yakni cicilan berjangka.

Dengan adanya ShopeePaylater konsumen dapat berbelanja agar bisa menjaga penampilan, mengikuti *trend*, memenuhi gengsi atau memenuhi kebutuhan dengan menggunakan metode pembayaran yang mudah karena bisa dilakukan dengan cicilan berjangka mulai dari 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, bahkan sampai 12 bulan. Mengacu pada responden penelitian yaitu mahasiswa atau bisa dikategorikan gen Z, mempunyai karakter yang cenderung mengikuti *trend* sehingga mahasiswa/Gen Z pasti akan berusaha mendapatkan suatu produk untuk mengikuti *trend* salah satunya adalah dengan melakukan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee paylater. Mengikuti *trend* merupakan salah satu gaya hidup mahasiswa sehingga hal ini sejalan dengan hasil penelitian ini



yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara gaya hidup terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee *paylater*.

#### **Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Menggunakan Metode Pembayaran Shopee *Paylater***

Religiusitas memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan berdasarkan hasil uji parsial atau uji t memperlihatkan bahwa  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$  ( $0,275 < 1,984$ ) dan nilai signifikansi sebesar  $0,784 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee *paylater*.

Hasil diatas menunjukkan bahwa ternyata religiusitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian meskipun tidak signifikan hasil ini selaras dengan teori bahwa religiusitas adalah ekspresi atau perwujudan dari sistem kepercayaan (agama) yang dianut dengan menghayati nilai-nilainya sehingga melahirkan pilihan-pilihan sikap dan perilaku dalam mengambil keputusan (Hasanah,2019).

Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fadhila, dkk (2020) yang menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan Shopee*paylater*. Berbeda dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nufusiah (2023) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara religiusitas terhadap keputusan pembelian menggunakan fitur Shopee*paylater* yang artinya pengguna Shopee*paylater* memiliki tingkat religiusitas yang tinggi dalam pengambilan keputusan pembelian menggunakan fitur Shopee*paylater*.

Mahasiswa program S1 di Kabupaten Ciamis sebagian besar menyetujui bahwa layanan Shopee*paylater* dilarang oleh Allah SWT dan tidak sesuai ajaran islam karena mengandung riba. Hal ini juga yang menjadi alasan variabel religiusitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan Shopee *paylater* pada mahasiswa program S1 di Kabupaten Ciamis.

Dalam perspektif islam religiusitas diartikan sebagai seseorang yang menjalankan kewajiban dan ajaran-ajaran yang telah diajarkan oleh agama secara menyeluruh seperti firman Allah dalam Q.S Al-Baqarah ayat 208. Bukan hanya dalam hal ibadah melainkan juga dalam bermuamalah. Dalam hal ini mahasiswa di kabupaten ciamis sudah berusaha menerapkan ajaran islam dan tidak melakukan apa yang dilarang oleh Allah SWT.

#### **Pengaruh Gaya Hidup Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Aplikasi Shopee**

Besarnya pengaruh gaya hidup dan religiusitas terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee*paylater* adalah sebesar 0,173 atau 17,3%. Sementara sisanya 82,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Dari hasil uji yang dilakukan secara bersama-sama antara variabel gaya hidup ( $X_1$ ), dan variabel religiusitas ( $X_2$ ) menunjukkan perbandingan antara  $F_{hitung}$  dan  $F_{tabel}$  adalah  $F_{hitung} 11,378$  dan  $F_{tabel} 3,09$ . Ini menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$  berarti variabel gaya hidup ( $X_1$ ) dan variabel religiusitas ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee*paylater* pada mahasiswa di kabupaten ciamis.

Pada penelitian ini variabel gaya hidup memberikan pengaruh lebih signifikan dibandingkan dengan variabel religiusitas, sebagaimana nilai koefisiensi regresi gaya hidup 0,362, dan variabel religiusitas 0,039. Hal ini terjadi karena gaya hidup memberikan pengaruh lebih kuat dibandingkan dengan religiusitas dalam keputusan menggunakan metode pembayaran Shopee*paylater*.

Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh meliani (2021) faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yaitu harga. Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Nufusiah (2023) faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian menggunakan fitur Shopee*paylater* yaitu kepercayaan dan persepsi resiko.

#### **Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, data yang telah dikumpulkan, diolah dan dianalisis sesuai dengan hasil pembahasan pengaruh gaya hidup dan religiusitas terhadap keputusan pembelian, maka dapat disimpulkan sebagai berikut : Gaya hidup ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee *paylater* pada Mahasiswa program S1 di Kabupaten Ciamis. Religiusitas ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee *paylater* pada Mahasiswa program S1 di Kabupaten Ciamis. Gaya hidup dan religiusitas memiliki pengaruh sebesar 19,1% dan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee *paylater* pada Mahasiswa program S1 di Kabupaten Ciamis



## Referensi

- Aldeana, M., & Ahmad Mulyadi. (2021). *Pengaruh Religiusitas, Gaya Hidup, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Muslim di Marketplace*. El-Mal : Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam. 4(2).
- Fadhila, F., dkk. (2020). *Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Produk dan Faktor Sosial terhadap Penggunaan Shopee Paylater*. Jurnal Bilal : Bisnis Ekonomi Halal. 1(2).
- Hardiyanti, S. (2021). *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Keuangan Karyawan Pertambangan Batu Bara Dikabupaten Sarolangun (Pt. Mandiingin Bara Sinergi)*. Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan, 10(02), 281–292
- Ibrahim, A. 2021. *Metodologi penelitian ekonomi dan bisnis islam*. Banda Aceh : Ar-Raniry Press.
- Jaya, I. M. L. M. 2020. *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif*. Yogyakarta : Anak Hebat Indonesia.
- Nufusiah, S. (2023). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Fitur Shopee Paylater* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Priadana, S. & Sunarsi. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Tangerang: Pascal Books.
- Rahmawati, G. (2022). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater pada Generasi Millenial*. Skripsi. Politeknik Negeri Jakarta.
- Rizki, M. (2021). *Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Religiusitas dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian secara Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa UIN Walisongo Semarang Tahun Angkatan 2017)*. Skripsi UIN Walisongo Semarang.