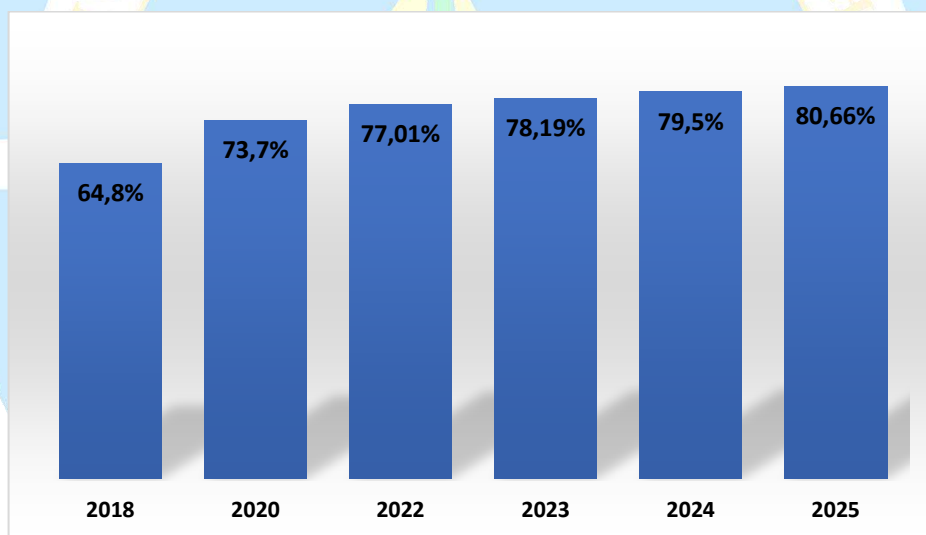


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi yang pesat di Indonesia membuka peluang bisnis bagi industri yang berbasis teknologi. Kondisi ini didukung oleh jumlah penduduk Indonesia yang mencapai 280 juta jiwa pada tahun 2026 dan peningkatan penggunaan internet. Sehingga menjadi potensi besar bagi perkembangan ekonomi digital. Tingkat penggunaan internet di Indonesia ditunjukkan pada gambar 1.1 berikut.



Sumber: Data diolah peneliti, (2026)

Gambar 1. 1 Perkembangan Tingkat Penggunaan Internet di Indonesia Tahun 2018-2025

Berdasarkan Gambar 1.1 melalui data yang dipublikasi oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), menunjukkan bahwa adanya peningkatan penggunaan internet selama tahun 2018 - 2025. Tingkat penggunaan internet tahun 2018 adalah 64,8%. Angka ini mengalami

peningkatan setiap tahunnya hingga mencapai 80,66% di tahun 2025 (Goodstats.id, 2025). Hal ini membuka peluang besar bagi Indonesia untuk mengembangkan bisnis berbasis teknologi.

Perkembangan teknologi digital telah memberikan dampak yang luas terhadap berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam sistem transaksi keuangan. Kemajuan tersebut mendorong lahirnya berbagai inovasi di bidang *financial technology (fintech)* yang dirancang untuk mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi secara lebih cepat, praktis, dan efisien. Salah satu inovasi fintech yang mengalami pertumbuhan pesat dalam beberapa tahun terakhir adalah layanan *Buy Now Pay Later (BNPL)* atau yang lebih dikenal dengan istilah *paylater*. Layanan ini memungkinkan konsumen memperoleh barang atau jasa terlebih dahulu, sementara pembayaran dilakukan pada waktu yang telah ditentukan sesuai dengan ketentuan penyedia layanan.

Dalam mekanisme tersebut, penyedia layanan akan terlebih dahulu menyelesaikan pembayaran kepada penjual, kemudian pengguna berkewajiban melunasi tagihan sesuai jangka waktu yang telah disepakati. Kehadiran *paylater* menjadi alternatif pembiayaan bagi masyarakat yang membutuhkan fleksibilitas pembayaran ketika menghadapi keterbatasan dana pada saat melakukan transaksi. Dengan demikian, *paylater* dapat dipahami sebagai bentuk layanan kredit digital yang menawarkan kemudahan sekaligus fleksibilitas dalam memenuhi kebutuhan transaksi konsumen. (Mangapul, 2020).

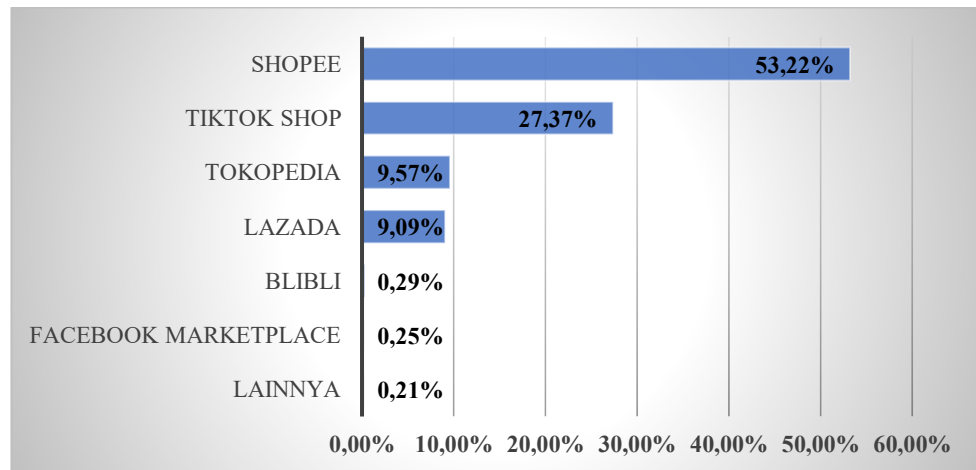
Seiring dengan itu, volume penggunaan layanan *paylater* juga menunjukkan pertumbuhan yang sangat pesat. Tercatat sebanyak 48,4 juta fasilitas *paylater* per Oktober 2024, jauh melampaui jumlah kartu kredit aktif yang hanya sebesar 13,9 juta. Selain itu, pertumbuhan tahunan (*year-on-year/YoY*) layanan BNPL mencapai 28,64%, yang secara signifikan lebih tinggi dibandingkan pertumbuhan kartu kredit yang hanya sebesar 3,22% (Katadata, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa *paylater* semakin diminati masyarakat sebagai alternatif utama dalam transaksi keuangan digital.

Fenomena meningkatnya penggunaan layanan *paylater* juga tidak terlepas dari tingginya pemanfaatan teknologi digital di kalangan generasi muda, yaitu Generasi Z. Generasi muda yang dimaksud yaitu individu yang berusia 14 – 29 tahun. Generasi ini sering disebut sebagai *zoomers* karena sejak lahir telah hidup berdampingan dengan perkembangan teknologi digital dan internet yang berlangsung sangat cepat. Kondisi tersebut membuat Generasi Z memiliki kemampuan beradaptasi yang tinggi terhadap berbagai inovasi teknologi serta menjadikan internet sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari aktivitas sehari-hari. Perkembangan teknologi digital tersebut turut memengaruhi pola konsumsi Generasi Z, berbeda dengan generasi sebelumnya, (Nurlaila *et al.*, 2024).

Berdasarkan data PT Pefindo Biro Kredit (IdScore), hingga November 2024, Generasi Z mencakup 39,94% dari total pengguna layanan *paylater* di Indonesia (Kontan.co.id, 2024). Temuan tersebut menunjukkan bahwa Generasi Z merupakan kelompok pengguna yang mendominasi pemanfaatan

layanan kredit digital. Hasil tersebut juga diperkuat oleh survei Kredivo dan Katadata Insight Center (2023) yang menunjukkan bahwa Generasi Z menyumbang 26,5% dari total pengguna *paylater* di Indonesia. Meskipun diperoleh dari periode dan cakupan survei yang berbeda, kedua data tersebut sama-sama mengindikasikan bahwa Generasi Z memiliki kontribusi yang besar terhadap pertumbuhan penggunaan layanan *paylater* di Indonesia.

Seiring meningkatnya penggunaan layanan *paylater*, berbagai platform *e-commerce* mulai menyediakan fitur tersebut sebagai salah satu alternatif metode pembayaran. Salah satu platform yang menawarkan layanan tersebut adalah Shopee, yang merupakan salah satu *e-commerce* dengan jumlah pengguna terbesar di Indonesia. Popularitas Shopee didukung oleh berbagai kemudahan yang ditawarkan, seperti beragam pilihan produk, promosi yang menarik, antarmuka aplikasi yang mudah digunakan, serta integrasi layanan Shopee PayLater sebagai metode pembayaran digital. Untuk memberikan gambaran mengenai posisi Shopee di tengah persaingan industri *e-commerce* di Indonesia, berikut disajikan data aplikasi *e-commerce* yang paling sering diakses oleh masyarakat Indonesia selama periode April - Juli 2025. Data tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.2 berikut.



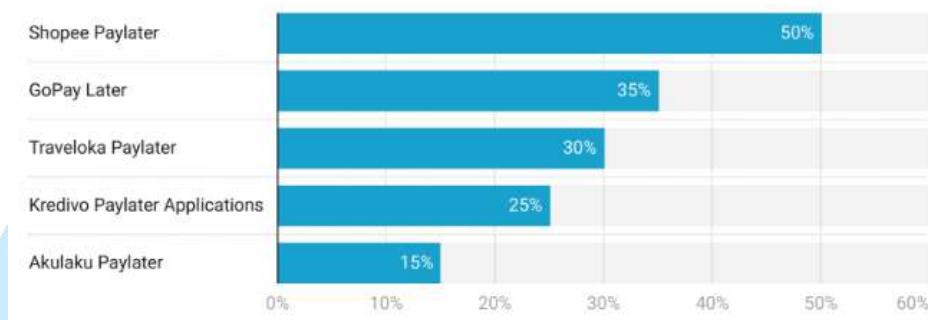
Sumber: Data diolah peneliti, (2026)

Gambar 1. 2 Aplikasi E-commerce yang Paling Sering diakses Masyarakat Indonesia Periode April – Juli 2025

Berdasarkan Gambar 1.2 hasil survei menunjukkan bahwa pada tahun 2025, Shopee menempati posisi pertama sebagai e-commerce paling sering diakses masyarakat Indonesia, dengan persentase sebesar 53,22%. Angka ini menunjukkan dominasi Shopee yang masih kuat di tengah persaingan platform belanja online yang semakin ketat. Popularitas Shopee didukung oleh berbagai strategi pemasaran yang inovatif, seperti program diskon, promosi flash sale, cashback, kemudahan sistem pembayaran digital, serta layanan logistik yang semakin terintegrasi. Kombinasi berbagai faktor tersebut mampu meningkatkan daya tarik platform dan mendorong konsumen menjadikan Shopee sebagai salah satu pilihan utama dalam berbelanja secara daring (Putu *et al.*, 2025).

Selain itu Shopee juga menghadirkan inovasi dalam layanan pembayaran digital yang menyesuaikan kebutuhan generasi muda. Salah satu inovasi yang paling menonjol adalah peluncuran fitur Shopee PayLater, yaitu layanan pembayaran yang memungkinkan pengguna melakukan transaksi pembelian

sekarang dan membayar di kemudian hari dengan sistem cicilan atau pembayaran tunda. Fitur ini sangat diminati karena menawarkan proses pendaftaran yang mudah, limit kredit yang cukup besar, serta berbagai promo menarik seperti cicilan tanpa bunga dan diskon khusus (Dhany *et al.*, 2022). Hal ini diperkuat dengan data yang ditunjukkan pada Gambar 1.3 berikut.



Sumber: Goodstats, (2025)

Gambar 1. 3 Aplikasi Paylater yang Paling Banyak Digunakan Generasi Z dan Milenial Tahun 2025

Gambar 1.3 menyajikan hasil survei yang dipublikasikan oleh IDN Research Institute terhadap 1.500 responden, yang terdiri atas 750 responden Generasi Z dan 750 responden Milenial yang tersebar di sepuluh kota besar di Indonesia. Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa Shopee PayLater merupakan layanan *paylater* yang paling banyak digunakan oleh responden dibandingkan layanan *paylater* lainnya. Tingginya tingkat penggunaan Shopee PayLater tidak terlepas dari integrasinya dengan platform Shopee, yang merupakan salah satu *e-commerce* dengan jumlah pengguna terbesar di Indonesia. Selain itu, kemudahan akses, proses transaksi yang praktis, serta berbagai program promosi yang ditawarkan turut mendorong tingginya minat masyarakat, khususnya Generasi Z dan Milenial, dalam memanfaatkan layanan Shopee PayLater (GoodStats, 2025).

Fitur *paylater* pada Shopee memungkinkan pengguna untuk melakukan aktivasi layanan dengan proses yang relatif cepat dan sederhana tanpa memerlukan prosedur yang kompleks seperti pengajuan kartu kredit. Adanya kemudahan baik secara registrasi hingga proses transaksi, menyebabkan para pengguna terlena dalam menggunakannya (Panjalu *et al.*, 2022). Menurut Davis (1989) kemudahan merupakan sejauh mana individu percaya bahwa suatu sistem mudah digunakan dan pengguna tidak harus melakukan banyak hal untuk dapat mengoperasikan sistem tersebut. Kemudahan ini memberikan pengalaman transaksi yang praktis bagi pengguna sehingga mendorong peningkatan penggunaan layanan tersebut. Kemudahan akses, proses transaksi yang cepat, serta tidak diperlukannya kepemilikan kartu kredit menjadi beberapa faktor utama yang mendorong meningkatnya minat masyarakat, khususnya Generasi Z, dalam menggunakan layanan *paylater* (Azizah, 2024).

Di sisi lain, penggunaan *paylater* juga berkaitan erat dengan gaya hidup konsumtif yang berkembang di kalangan Generasi Z. Perubahan gaya hidup digital membuat aktivitas konsumsi tidak hanya didorong oleh kebutuhan, tetapi juga oleh keinginan untuk mengikuti tren, gaya hidup modern, serta pengaruh media sosial. Menurut riset Indonesia Millennial and Generasi Z Report 2025 oleh IDN Times, pola pengeluaran Generasi Z dan Milenial dalam menggunakan layanan *paylater* menunjukkan perbedaan signifikan. Milenial cenderung menggunakan *paylater* untuk kebutuhan esensial seperti tagihan internet (54%) dan kebutuhan bulanan (55%). Sebaliknya, Generasi Z memanfaatkan *paylater* untuk pembelian gaya hidup seperti perjalanan dan

hiburan (57 persen) serta *fashion* (53%). Selain itu, data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan bahwa pengguna *paylater* di kalangan Generasi Z mencapai 43,9%, dengan sebagian besar pengeluaran untuk *fashion* (40%), perlengkapan rumah tangga (25%), dan elektronik (35%) (Kompas.com, 2024).

Meskipun layanan *paylater* memberikan kemudahan dalam transaksi digital, penggunaan yang tidak terkontrol juga dapat menimbulkan berbagai permasalahan, salah satunya adalah meningkatnya risiko kredit macet. Data terbaru menunjukkan bahwa tingkat kredit macet layanan *paylater* telah mencapai sekitar 4%, yang menjadi peringatan bagi masyarakat untuk lebih bijak dalam menggunakan fasilitas kredit digital (Sapos.co.id, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan akses terhadap layanan *paylater* dapat mendorong perilaku konsumtif yang berpotensi menimbulkan masalah keuangan bagi penggunanya.

Seiring dengan meningkatnya penggunaan layanan digital, karakteristik demografis pengguna, khususnya berdasarkan kelompok usia, menjadi aspek yang penting untuk diperhatikan. Generasi Z merupakan kelompok yang relevan untuk dikaji karena memiliki tingkat adopsi teknologi digital yang tinggi serta mendominasi penggunaan berbagai layanan digital, termasuk *paylater*. Berikut data pada tabel 1.1 menampilkan jumlah Generasi Z di Kota Tanjungpinang untuk memberikan gambaran mengenai potensi pengguna layanan *paylater* sekaligus memperkuat alasan pemilihan Generasi Z sebagai objek dalam penelitian ini.

**Tabel 1. 1 Jumlah Penduduk Kategori Generasi Z
di Kota Tanjungpinang**

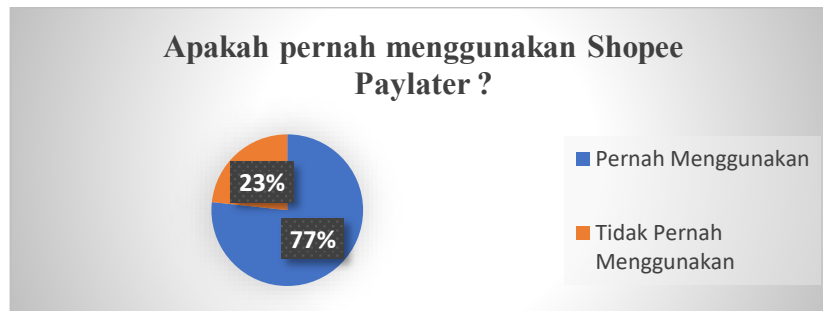
No	Rentang Usia	Jumlah (Ribu)
1	15-19 Tahun	19,2
2	20-24 Tahun	19,6
3	25-29 Tahun	18,0

Sumber: BPS Kota Tanjungpinang, (2024)

Berdasarkan data pada Tabel 1.1 yang bersumber dari Badan Pusat Statistik (BPS), menampilkan penduduk Generasi Z di Kota Tanjungpinang yang berada pada rentang usia 15–29 tahun. Kelompok usia ini dipilih sebagai fokus penelitian karena memiliki karakteristik yang dekat dengan perkembangan teknologi digital dan merupakan salah satu kelompok yang aktif memanfaatkan layanan digital, termasuk *paylater*. Oleh karena itu, Generasi Z dipilih sebagai fokus dalam penelitian ini.

Peneliti melakukan pra survei sebagai upaya memperoleh gambaran empiris awal pada tanggal 15 April 2026 terhadap 30 responden termasuk dalam kategori Generasi Z yang telah menggunakan layanan Shopee PayLater. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara *online* menggunakan Google Form. Pra survei ini bertujuan untuk mengidentifikasi pola penggunaan serta kecenderungan perilaku konsumtif yang muncul akibat kemudahan akses layanan tersebut.

Hasil pra survei digunakan untuk mengetahui tingkat penggunaan layanan Shopee PayLater di kalangan Generasi Z di Kota Tanjungpinang. Gambar berikut menunjukkan hasil dari butir pertanyaan “Apakah pernah menggunakan Shopee PayLater”.

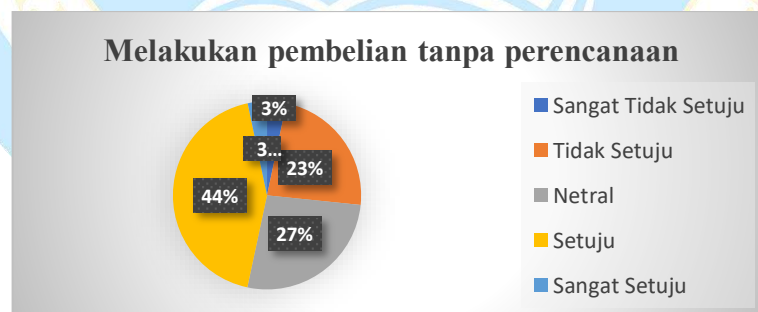


Sumber: Data diolah peneliti, (2026)

Gambar 1. 4 Diagram Lingkaran Hasil Pra Survei Tingkat Frekuensi Penggunaan Shopee PayLater di Kalangan Generasi Z

Berdasarkan hasil pra survei pada Gambar 1.4, diketahui bahwa sebanyak 77% responden menyatakan pernah menggunakan layanan Shopee PayLater, sedangkan 23% lainnya belum pernah menggunakannya. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan *paylater* sudah cukup umum di kalangan Generasi Z, sehingga relevan untuk dikaji lebih lanjut dalam penelitian ini.

Guna mengetahui kecenderungan perilaku konsumtif responden. Gambar berikut menunjukkan hasil dari butir pertanyaan “Melakukan pembelian tanpa perencanaan”.



Sumber: Data diolah peneliti, (2026)

Gambar 1. 5 Diagram Lingkaran Hasil Pra Survei Persepsi Responden Terhadap Pembelian Tanpa Adanya Perencanaan di Kalangan Generasi Z

Berdasarkan hasil pra survei pada Gambar 1.5, sebanyak 44% responden menyatakan setuju, 3% menyatakan sangat setuju, 27% menyatakan netral,

23% menyatakan tidak setuju dan 3% menyatakan sangat tidak setuju terhadap pernyataan mengenai kecenderungan melakukan pembelian tanpa perencanaan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian responden memiliki kecenderungan melakukan pembelian secara impulsif atau tanpa perencanaan yang matang. Temuan ini mengindikasikan bahwa perilaku konsumtif masih ditemukan pada kalangan Generasi Z pengguna Shopee PayLater di Kota Tanjungpinang. Sehingga fenomena tersebut menjadi indikasi awal yang mendukung pentingnya penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif, khususnya kemudahan penggunaan dan gaya hidup.

Guna mengetahui kecenderungan gaya hidup responden dalam aktivitas konsumsi, Gambar berikut menunjukkan hasil dari butir pertanyaan “Berbelanja untuk menunjang penampilan/gaya hidup”.



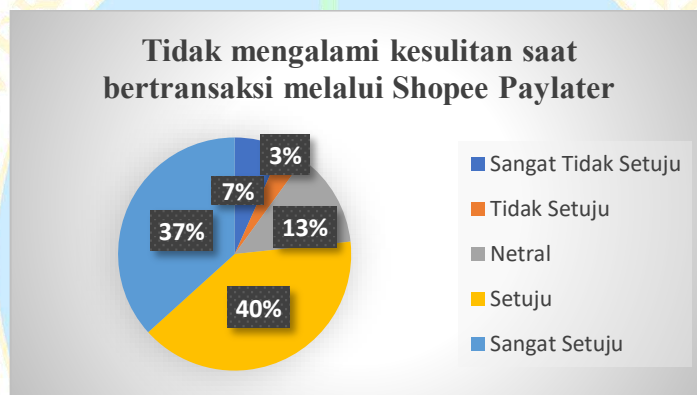
Sumber: Data diolah peneliti, (2026)

Gambar 1. 6 Diagram Lingkaran Hasil Pra Survei Persepsi Responden Terhadap Berbelanja Sebagai Penunjang Gaya Hidup di Kalangan Generasi Z

Berdasarkan hasil pra survei pada Gambar 1.6, sebanyak 34% responden menyatakan sangat setuju, 23% menyatakan setuju, 3% menyatakan netral, 37% menyatakan tidak setuju, dan 3% menyatakan sangat tidak setuju terhadap

pernyataan bahwa berbelanja dilakukan untuk menunjang gaya hidup. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian responden memandang aktivitas berbelanja tidak hanya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga berkaitan dengan gaya hidup.

Guna mengetahui persepsi responden terhadap kemudahan penggunaan layanan Shopee PayLater, khususnya dalam proses transaksi, Gambar berikut menunjukkan hasil dari indikator “Tidak mengalami kesulitan saat bertransaksi menggunakan Shopee PayLater”.



Sumber: Data diolah peneliti, (2026)

Gambar 1. 7 Diagram Lingkaran Hasil Pra Survei Persepsi Responden Terhadap Kemudahan Dalam Menggunakan Shopee PayLater di Kalangan Generasi Z

Berdasarkan hasil pra survei pada Gambar 1.7, sebanyak 36,7% responden menyatakan sangat setuju, 40% menyatakan setuju, 13,3% menyatakan netral, dan 10% menyatakan tidak setuju terhadap pernyataan mengenai kemudahan penggunaan Shopee PayLater. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasakan kemudahan dalam menggunakan layanan Shopee PayLater, baik pada proses aktivasi maupun saat melakukan transaksi. Temuan ini mengindikasikan bahwa layanan Shopee PayLater dipersepsikan sebagai

sistem pembayaran yang praktis dan mudah digunakan oleh Generasi Z. Kondisi tersebut menjadi indikasi awal bahwa kemudahan penggunaan merupakan salah satu faktor yang relevan untuk dikaji dalam kaitannya dengan perilaku konsumtif pengguna.

Sejumlah penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan memiliki keterkaitan dengan perilaku konsumtif. Penelitian yang dilakukan oleh (Maharani *et al.*, 2022) menemukan bahwa kemudahan penggunaan Shopee PayLater berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, yang menunjukkan bahwa semakin mudah suatu layanan digunakan, semakin tinggi kecenderungan pengguna untuk memanfaatkannya dalam aktivitas konsumsi. Meskipun demikian, sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak membahas pengaruh kemudahan penggunaan atau layanan *paylater* secara terpisah, maupun mengkaji perilaku konsumtif pada konteks yang berbeda. Penelitian yang secara khusus menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee PayLater pada kalangan Generasi Z di Kota Tanjungpinang masih relatif terbatas. Oleh karena itu, kondisi tersebut menjadi kesenjangan penelitian (*research gap*) yang mendasari pentingnya penelitian ini untuk dilakukan.

Untuk memberikan gambaran mengenai kondisi ekonomi masyarakat Tanjungpinang, khususnya terkait tingkat pendapatan, berikut disajikan data Upah Minimum Kota (UMK) Tanjungpinang tahun 2017–2026.

**Tabel 1.2 Data Upah Minimum Kota (UMK) Tanjungpinang
Tahun 2017-2026**

Tahun	UMK	Persentase Kenaikan UMK	Nomor Surat Keputusan
2017	Rp2.359.661,00		-
2018	Rp2.565.187,00	8,71	-
2019	Rp2.771.172,00	8,03	-
2020	Rp3.006.999,00	8,51	SK Gubernur Kepri Nomor 1049 Tahun 2019
2021	Rp3.013.012,00	0,20	SK Gubernur Kepri Nomor 1363 Tahun 2020
2022	Rp3.053.619,00	1,35	SK Gubernur Kepri Nomor 1365 Tahun 2021
2023	Rp3.279.194,00	7,39	SK Gubernur Kepri Nomor 1393 Tahun 2022
2024	Rp3.402.492,00	3,76	SK Gubernur Kepri Nomor 1314 Tahun 2023
2025	Rp3.623.654,00	6,50	SK Gubernur Kepri Nomor 1414 Tahun 2024
2026	Rp3.879.520,00	7,06	SK Gubernur Kepri Nomor 1332 Tahun 2025

Sumber: Opendata.tanjungpinang.go.id, (2026)

Berdasarkan data pada Gambar 1.2 ditampilkan bahwa UMK Kota Tanjungpinang mengalami tren peningkatan setiap tahunnya. Pada tahun 2017, UMK berada pada angka Rp2.359.661 dan terus meningkat hingga mencapai Rp3.879.520 pada tahun 2026. Meskipun terdapat fluktuasi dalam persentase kenaikan, seperti penurunan signifikan pada tahun 2021 sebesar 0,20%, secara umum menunjukkan adanya peningkatan daya beli masyarakat dari sisi pendapatan.

Peningkatan pendapatan ini memiliki keterkaitan erat dengan perubahan pola konsumsi masyarakat. Seiring meningkatnya pendapatan, masyarakat cenderung tidak hanya fokus pada pemenuhan kebutuhan pokok, tetapi juga mulai mengalokasikan pengeluaran untuk kebutuhan sekunder dan tersier. Hal

ini selaras dengan pendapat Sumarwan (2002) yang menyatakan bahwa gaya hidup mencerminkan perilaku individu dalam mengelola keuangan dan memenuhi kebutuhannya. Gaya hidup yang dinamis membuat individu mudah terpengaruh tren, sehingga mendorong perubahan pola konsumsi menjadi lebih konsumtif (Yuniarti, 2015).

Fenomena ini juga sejalan dengan Hukum *Engel* (*Engel's Law*) yang dikemukakan oleh Ernst Engel (1857), yang menjelaskan bahwa ketika pendapatan meningkat, proporsi pengeluaran untuk kebutuhan dasar akan menurun, sementara pengeluaran untuk kebutuhan non-esensial seperti gaya hidup, hiburan, dan simbol status akan meningkat. Mengacu konteks ini, kenaikan UMK di Kota Tanjungpinang dapat menjadi salah satu faktor yang mendorong masyarakat, khususnya generasi muda, untuk mengadopsi gaya hidup yang lebih konsumtif.

Dengan demikian, peningkatan pendapatan yang tercermin dari kenaikan UMK tidak hanya berdampak pada kesejahteraan ekonomi, tetapi juga berpotensi mendorong perubahan gaya hidup ke arah yang lebih konsumtif, terutama ketika didukung oleh kemudahan akses teknologi dan layanan keuangan digital seperti *paylater*.

Penelitian mengenai perilaku konsumtif pada pengguna layanan *paylater* hingga saat ini masih didominasi oleh objek penelitian yang berlokasi di kota-kota besar, seperti Jakarta dan beberapa wilayah lain di Pulau Jawa. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kajian mengenai penggunaan *paylater* di daerah, khususnya di Kota Tanjungpinang, masih relatif terbatas. Padahal, karakteristik

sosial, tingkat adopsi teknologi, serta perilaku konsumsi masyarakat pada setiap daerah dapat berbeda sehingga memungkinkan diperolehnya temuan penelitian yang tidak sama.

Fenomena penggunaan Shopee PayLater di kalangan Generasi Z di Kota Tanjungpinang menjadi penting untuk dikaji mengingat layanan ini menawarkan kemudahan dalam memperoleh akses pembiayaan digital yang dapat dimanfaatkan kapan saja. Kemudahan tersebut, apabila disertai dengan gaya hidup yang cenderung mengikuti perkembangan tren dan keinginan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi secara cepat, berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif. Bentuk perilaku tersebut dapat tercermin melalui kecenderungan melakukan pembelian secara impulsif, pengeluaran yang berlebihan, serta keputusan pembelian yang tidak didasarkan pada perencanaan yang matang.

Urgensi penelitian ini juga diperkuat oleh hasil pra-survei yang dilakukan peneliti, yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden Generasi Z di Kota Tanjungpinang telah menggunakan Shopee PayLater sebagai salah satu metode pembayaran dalam bertransaksi. Selain menilai layanan tersebut mudah digunakan, mayoritas responden juga mengaku memanfaatkan Shopee PayLater untuk menunjang gaya hidup dan memenuhi berbagai kebutuhan konsumsi. Temuan awal tersebut mengindikasikan bahwa Shopee PayLater tidak hanya dipandang sebagai alternatif pembayaran yang praktis dan fleksibel, tetapi juga berpotensi mendorong peningkatan perilaku konsumtif apabila pengguna tidak memiliki pengendalian diri yang baik dalam mengelola pengeluaran.

Berdasarkan fenomena tersebut, diperlukan penelitian untuk memperoleh bukti empiris mengenai sejauh mana pengaruh kemudahan penggunaan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater pada kalangan Generasi Z di Kota Tanjungpinang. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNA SHOPEE PAYLATER DI KALANGAN GENERASI Z DI KOTA TANJUNGPINANG"

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan ilmu manajemen pemasaran dan perilaku konsumen, khususnya terkait penggunaan *fintech* dan *e-commerce*. Secara praktis, penelitian ini diharapkan menjadi sumber informasi bagi perusahaan *e-commerce*, khususnya Shopee, dalam memahami perilaku konsumen generasi muda, serta sebagai bahan pertimbangan bagi Generasi Z agar lebih bijak dalam menggunakan layanan *paylater*.

1.2 Identifikasi Masalah

Uraian latar belakang yang telah dipaparkan menunjukkan adanya sejumlah permasalahan yang perlu dikaji lebih lanjut. Permasalahan tersebut menjadi dasar dalam pelaksanaan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Kemudahan penggunaan Shopee PayLater berpotensi menurunkan kontrol diri dalam pengambilan keputusan pembelian pada Generasi Z.

2. Gaya hidup yang dinamis dan mengikuti tren menyebabkan individu, khususnya Generasi Z, cenderung berbelanja untuk menunjang penampilan dan status sosial.
3. Perilaku konsumtif Generasi Z seperti melakukan pembelian tanpa adanya perencanaan memperkuat kecenderungan konsumsi berbasis keinginan, bukan kebutuhan.

1.3 Pembatasan Masalah

Mengacu pada identifikasi masalah yang telah diuraikan, ruang lingkup penelitian ini difokuskan pada analisis pengaruh kemudahan penggunaan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee PayLater pada Generasi Z di Kota Tanjungpinang.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee PayLater di kalangan Generasi Z di Kota Tanjungpinang ?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee PayLater di kalangan Generasi Z di Kota Tanjungpinang ?
3. Apakah kemudahan penggunaan dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee PayLater di kalangan Generasi Z di Kota Tanjungpinang ?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee PayLater di kalangan Generasi Z di Kota Tanjungpinang.
2. Untuk mengetahui apakah gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee PayLater di kalangan Generasi Z di Kota Tanjungpinang.
3. Untuk mengetahui apakah kemudahan penggunaan dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee PayLater di kalangan Generasi Z di Kota Tanjungpinang.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Bagi Pengguna Layanan PayLater: Penelitian ini memberikan manfaat praktis sebagai sumber literasi keuangan digital bagi Generasi Z, khususnya dalam penggunaan fitur Shopee PayLater. Dengan memahami bagaimana kemudahan penggunaan dan gaya hidup dapat memengaruhi perilaku konsumtif, Generasi Z diharapkan mampu meningkatkan kesadaran dalam mengelola keuangan secara lebih bijak. Lebih jauh, hasil penelitian ini dapat membantu mereka menyadari bahwa kemudahan akses kredit digital tidak selalu berdampak positif jika tidak diimbangi dengan kontrol diri. Dengan demikian, penelitian ini berperan sebagai alat refleksi perilaku konsumsi, agar Generasi Z dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta menghindari risiko seperti *overconsumption* di masa depan.

2. Bagi Akademisi: Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu manajemen pemasaran dan perilaku konsumen, khususnya pada kajian *fintech* dan *e-commerce*. Penelitian ini mengintegrasikan variabel kemudahan penggunaan (*ease of use*) dan gaya hidup dalam menjelaskan perilaku konsumtif, sehingga dapat memperkaya model konseptual yang sudah ada. Selain itu, penelitian ini juga membantu menjembatani kesenjangan teori (*research gap*) yang selama ini masih terbatas pada studi *fintech* secara umum, dengan menghadirkan konteks yang lebih spesifik, yaitu layanan paylater pada platform *e-commerce*. Hasilnya dapat menjadi referensi akademik yang relevan untuk memperluas kajian empiris di bidang ini, terutama dalam memahami perilaku generasi muda di era digital.
3. Bagi Peneliti Lain: Penelitian ini dapat menjadi referensi dan dasar pengembangan penelitian selanjutnya, baik dari sisi variabel, metode, maupun objek penelitian. Peneliti lain dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai pembandingan (*benchmark*) untuk menguji variabel serupa di wilayah yang berbeda, atau menambahkan variabel lain seperti literasi keuangan, kontrol diri, maupun pengaruh sosial. Selain itu, penelitian ini juga membuka peluang untuk eksplorasi lebih lanjut terkait fenomena paylater yang terus berkembang, sehingga dapat mendorong lahirnya penelitian yang lebih komprehensif dan inovatif. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berhenti sebagai kajian deskriptif, tetapi juga

menjadi landasan untuk penelitian lanjutan yang lebih luas dan mendalam, baik secara regional maupun nasional.

1.7 Sistematika Penelitian

Dalam penulisan skripsi harus mengacu pada sistematika yang telah ditentukan agar skripsi yang dibuat teratur dan terarah. Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menyajikan pembahasan mengenai dasar-dasar penelitian yang mencakup latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi kajian teori yang menjadi acuan dalam menganalisis hasil penelitian. Selain memaparkan konsep-konsep yang relevan, bab ini juga mengulas penelitian terdahulu, menyusun kerangka pemikiran, dan merumuskan hipotesis penelitian sebagai dasar pengujian empiris.

BAB III

Bab ini memaparkan metodologi penelitian yang diterapkan sebagai pedoman dalam pelaksanaan penelitian. Uraian dalam bab ini meliputi desain

penelitian, ruang lingkup penelitian, operasional variabel, teknik penentuan populasi dan sampel, prosedur pengumpulan data, serta metode analisis data yang digunakan untuk mengolah dan menginterpretasikan hasil penelitian.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dipaparkan hasil penelitian yang diperoleh dari proses pengumpulan, pengolahan, dan analisis data. Analisis dilakukan melalui serangkaian pengujian statistik yang meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linear berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), serta koefisien determinasi (*Adjusted R²*). Selanjutnya, hasil pengujian diinterpretasikan dan dianalisis dengan mengaitkannya pada landasan teori serta penelitian terdahulu yang relevan. Agar penyajian hasil lebih informatif, data disusun secara sistematis dan dilengkapi dengan tabel, grafik, maupun statistik deskriptif.

BAB V

KESIMPULAN

Isi bab ini memaparkan kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian serta saran yang dapat dijadikan bahan masukan bagi pihak terkait. Apabila diperlukan, dijelaskan pula keterbatasan penelitian yang dihadapi

selama proses penelitian berlangsung. Sebagai bab penutup, bagian ini merangkum seluruh hasil penelitian dan memberikan rekomendasi yang dapat digunakan untuk pengembangan penelitian maupun penerapannya dalam praktik.

