

Pengaruh Penggunaan Pinjaman *Online* Bayar Nanti Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Nusa Putra

Siti Nurazizah¹, Salsa Febrianti²

¹*Universitas Nusa Putra*

²*Universitas Nusa putra*

siti.nurazizah_ak23@nusaputra.ac.id

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan layanan pinjaman *online* bayar nanti terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Nusa Putra. Layanan *Paylater* sebagai salah satu inovasi finansial digital semakin marak digunakan, khususnya di kalangan mahasiswa, karena menawarkan kemudahan transaksi tanpa pembayaran langsung. Namun, kemudahan tersebut berpotensi mendorong perilaku konsumtif yang berlebihan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner *online* kepada 100 responden mahasiswa pengguna layanan *Paylater*. Analisis data dilakukan menggunakan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linier sederhana, dan uji hipotesis dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan pinjaman *online* bayar nanti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,732. Artinya, sebesar 73,2% variabel perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh penggunaan layanan bayar nanti. Temuan ini menegaskan perlunya peningkatan literasi keuangan di kalangan mahasiswa agar mereka mampu menggunakan layanan keuangan digital secara bijak dan bertanggung jawab.

Kata kunci: *Pinjaman online bayar nanti, perilaku konsumtif, Mahasiswa*

Abstract: *This study aims to analyze the effect of the use of online pay later loan services on the consumer behavior of students at Nusa Putra University. Paylater services as one of the digital financial innovations are increasingly widely used, especially among students, because they offer easy transactions without direct payments. However, this convenience has the potential to encourage excessive consumer behavior. This study uses a quantitative method with data collection techniques through online questionnaires to 100 student respondents who use Paylater services. Data analysis was carried out using validity tests, reliability, classical assumptions, simple linear regression, and hypothesis tests with the help of SPSS. The results of the study showed that the use of online pay later loans had a positive and significant effect on student consumer behavior, with a coefficient of determination (R^2) of 0.732. This means that 73.2% of consumer behavior variables can be explained by the use of pay later services. This finding emphasizes the need to improve financial literacy among students so that they are able to use digital financial services wisely and responsibly.*

Keyword: *Online loans pay later, consumer behavior, students*

PENDAHULUAN

Perilaku suatu individu dalam membeli barang atau menggunakan jasa secara berlebihan dan hanya mengutamakan keinginan daripada kebutuhan. Perilaku konsumtif yang berlebihan ini muncul akibat berbagai faktor yang didukung oleh perkembangan teknologi yang pesat di era modern. Masyarakat saat ini dengan mudah dapat mengakses berbagai *platform digital*, khususnya *e-commerce*, yang memberikan beragam kemudahan berbelanja secara instan. Kemudahan ini diperparah oleh pengaruh media sosial yang mendorong individu untuk mengikuti gaya hidup konsumtif dan tren kekinian, sehingga sering kali keputusan pembelian didasarkan pada keinginan, bukan kebutuhan aktual.

Salah satu inovasi digital yang turut mendorong perilaku konsumtif adalah layanan *Paylater* atau "bayar nanti", yaitu sistem kredit instan yang memungkinkan pengguna membeli barang atau jasa terlebih dahulu dan membayarnya di kemudian hari, baik secara cicilan maupun pembayaran penuh. Layanan ini berkembang pesat seiring dengan tingginya penetrasi internet dan penggunaan *smartphone*, serta kemudahan proses pengajuan dibandingkan lembaga keuangan konvensional.

Kemudahan ini menyebabkan perubahan signifikan dalam pola konsumsi masyarakat. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), total akumulasi utang *Paylater* di Indonesia mencapai Rp30,36 triliun per November 2024, yang berasal dari industri perbankan dan multifinance (OJK, 2024). Besarnya angka ini mencerminkan semakin meningkatnya ketergantungan masyarakat terhadap sistem kredit digital untuk memenuhi konsumsi sehari-hari, bahkan

dalam kategori barang *non-esensial*. Hal ini menimbulkan kekhawatiran akan meningkatnya perilaku konsumtif dan potensi kelebihan utang (*over-indebtedness*) di kalangan pengguna layanan ini, terutama generasi muda.

Urgensi dari penelitian ini semakin diperkuat dengan fenomena meluasnya penggunaan *Paylater* di sektor-sektor seperti transportasi *daring*, layanan *streaming*, hingga kebutuhan pokok. Banyak pengguna yang tergoda untuk membeli barang atau layanan secara impulsif karena merasa memiliki kemampuan finansial yang semu melalui fasilitas kredit instan. Pola konsumsi seperti ini tidak hanya berdampak pada kestabilan finansial individu, tetapi juga membawa risiko psikologis dan sosial seperti stres akibat beban utang, tekanan sosial untuk tampil sesuai standar media, hingga konflik dalam pengelolaan keuangan rumah tangga. Selain itu, regulasi pemerintah terkait layanan keuangan digital seperti *Paylater* masih bersifat reaktif dan belum sepenuhnya mampu mengendalikan praktik konsumtif berbasis utang. Di sisi lain, literasi keuangan masyarakat Indonesia masih tergolong rendah. Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (OJK, 2022), indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia baru mencapai 49,68%. Ini menunjukkan bahwa banyak individu menggunakan layanan keuangan tanpa pemahaman mendalam mengenai risikonya.

Kajian mengenai pengaruh layanan *Paylater* terhadap perilaku konsumtif masyarakat Indonesia, khususnya dari perspektif kuantitatif, masih relatif terbatas. Sebagian besar penelitian hanya membahas aspek perilaku belanja *online* secara umum, belum

secara spesifik menelaah keterkaitan antara kemudahan kredit *digital* dan kecenderungan konsumtif. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengisi celah dalam literatur akademik, memberikan rekomendasi kebijakan, serta meningkatkan kesadaran konsumen mengenai penggunaan layanan keuangan digital secara bijak.

Rumusan masalah penelitian ini adalah "Apakah Penggunaan Pinjaman *Online* Bayar Nanti Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif?". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis apakah penggunaan pinjaman *online* bayar nanti berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Nusa Putra.

KAJIAN PUSTAKA

Teori Perilaku Konsumen (*Consumer Behavior*)

Teori perilaku konsumen (*consumer behavior*) adalah kajian tentang bagaimana individu membuat keputusan dalam menggunakan sumber daya mereka seperti uang untuk membeli dan mengonsumsi barang atau jasa. Perilaku ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk faktor psikologis faktor sosial, serta faktor situasional seperti kemudahan akses dan promosi yang semakin memengaruhi pola konsumsi individu. Pemahaman terhadap teori perilaku konsumen sangat penting untuk menganalisis bagaimana preferensi, motivasi, dan kebiasaan belanja individu berkembang seiring dengan perubahan lingkungan dan teknologi.

Penggunaan pinjaman *online* bayar nanti merupakan salah satu bentuk layanan keuangan digital yang memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian

tanpa harus langsung membayar. Dalam teori perilaku konsumen, kemudahan akses terhadap kredit dapat mempengaruhi keputusan pembelian dengan memberikan ilusi likuiditas finansial yang lebih besar. Faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan, serta promosi dan diskon yang ditawarkan oleh penyedia layanan BNPL, dapat mendorong individu untuk lebih sering menggunakan layanan ini dalam transaksi mereka.

Perilaku konsumtif didefinisikan sebagai kecenderungan individu dalam melakukan pembelian secara impulsif, tidak terencana, dan berlebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan utama. Dalam perspektif psikologi konsumen, perilaku ini dipengaruhi oleh faktor internal seperti emosi, motivasi, dan kebiasaan, serta faktor eksternal seperti tren sosial, promosi diskon, dan kemudahan pembayaran. Mahasiswa sebagai kelompok yang sering terpapar tren digital dan media sosial cenderung lebih rentan terhadap perilaku konsumtif, terutama jika mereka memiliki akses mudah terhadap layanan kredit instan seperti *Paylater*.

Pinjaman *Online* Bayar Nanti

Pinjaman *online* bayar nanti adalah layanan pinjaman dana yang dapat diakses secara *online* melalui aplikasi atau website tanpa memerlukan jaminan aset. Sistem ini memungkinkan pengguna untuk membeli barang atau jasa terlebih dahulu dan membayar kemudian dalam jangka waktu tertentu. Pinjaman jenis ini dikenal dengan kemudahan proses yang cepat dan tanpa agunan, sehingga menarik minat terutama kalangan muda seperti mahasiswa.

Penggunaan pinjaman *online* bayar nanti memberikan kemudahan bagi mahasiswa dalam memperoleh barang atau jasa tanpa harus memiliki dana tunai di awal. Hal ini mendorong mahasiswa untuk memenuhi keinginan konsumtifnya dengan cara yang lebih mudah dan cepat. Fasilitas ini memungkinkan mahasiswa membeli barang-barang yang sedang tren atau diinginkan tanpa harus menunggu tabungan cukup. Namun, kemudahan ini juga berpotensi meningkatkan risiko perilaku konsumtif karena mahasiswa cenderung menggunakan pinjaman sebagai solusi instan tanpa mempertimbangkan kemampuan finansial mereka untuk membayar di kemudian hari.

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang untuk membeli atau mengkonsumsi barang dan jasa secara berlebihan, yang sebenarnya kurang dibutuhkan dan lebih didorong oleh keinginan daripada kebutuhan rasional. Perilaku ini sering kali tidak mempertimbangkan nilai kegunaan barang dan lebih mengutamakan kepuasan atau gengsi pribadi. Dalam konteks mahasiswa, perilaku konsumtif ditandai dengan pembelian barang-barang bermerek, mengikuti tren, dan gaya hidup mewah yang berlebihan tanpa perencanaan keuangan yang matang.

Perilaku konsumtif pada mahasiswa merupakan sikap yang berlebih-lebihan dalam mengkonsumsi barang atau jasa yang sebenarnya kurang dibutuhkan dan lebih mengutamakan keinginan pribadi. Mahasiswa sering kali terdorong oleh faktor sosial seperti gengsi, pengaruh teman sebaya, dan media sosial yang menampilkan

gaya hidup mewah dan tren terkini. Perilaku ini menyebabkan mahasiswa lebih memilih untuk membeli barang-barang bermerek dan mengikuti tren tanpa mempertimbangkan dampak jangka panjang terhadap keuangan mereka. Akibatnya, perilaku konsumtif ini dapat memicu penggunaan pinjaman *online* sebagai sumber dana tambahan untuk memenuhi gaya hidup konsumtif tersebut.

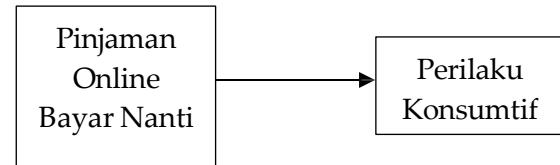
Hipotesis

Penelitian ini didasarkan pada teori perilaku konsumen yang menekankan pada pengaruh faktor psikologis, sosial, dan situasional dalam pengambilan keputusan konsumen. Dalam hal ini, penggunaan pinjaman *online* bayar nanti dapat memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, yang terpengaruh oleh faktor-faktor seperti kemudahan akses, pengaruh sosial, dan persepsi akan kontrol finansial jangka pendek.

Berdasarkan teori tersebut, hipotesis yang dirumuskan adalah sebagai berikut:

- **Hipotesis Alternatif (H_1):** Penggunaan pinjaman *online* bayar nanti berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Nusa Putra.
- **Hipotesis Nol (H_0):** Penggunaan pinjaman *online* bayar nanti tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Nusa Putra.

Kerangka Berpikir



METODOLOGI

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk memahami secara mendalam pengaruh penggunaan pinjaman *online* bayar nanti terhadap perilaku konsumen di kalangan mahasiswa Universitas Nusa Putra. Pendekatan kuantitatif dipilih karena fokusnya pada eksplorasi fenomena sosial dan perilaku manusia dalam konteks alami, sehingga memungkinkan peneliti menggali makna, pengalaman, serta persepsi responden secara mendalam. Metode ini mengandalkan data numerik yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner tertutup dan dianalisis secara statistik untuk menguji hubungan antar variabel.

Penelitian ini melibatkan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa pengguna pinjaman *online* bayar nanti sebagai responden. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data kuantitatif mengenai tingkat penggunaan, motivasi, serta dampak sosial dan finansial yang dialami mahasiswa dalam konteks penggunaan pinjaman *online* bayar nanti. Selain itu, penelitian ini juga mempertimbangkan faktor-faktor seperti kemudahan akses, kecepatan proses pengajuan, dan risiko yang mungkin timbul, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih holistik mengenai dampak pinjaman *online* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi penting dalam memahami fenomena ini secara kontekstual dan memberikan rekomendasi yang relevan bagi pihak universitas maupun pembuat kebijakan

untuk mengelola penggunaan pinjaman *online* di kalangan mahasiswa secara lebih bijak.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Universitas Nusa Putra angkatan 2021 hingga 2024 yang pernah menggunakan layanan pinjaman *online* dengan skema bayar nanti untuk kebutuhan konsumsi. Jumlah mahasiswa pada periode tersebut mencapai 6.257 orang, berasal dari 82 negara dan 22 provinsi di Indonesia, mencakup jalur reguler, kelas karyawan, dan penerima beasiswa. Data ini diperoleh dari catatan peserta Masa Bimbingan (Mabim) serta daftar mahasiswa baru yang telah terdaftar secara resmi pada tahun akademik terkait.

Sampel penelitian terdiri dari 100 mahasiswa yang dipilih secara acak dengan teknik *random sampling*, sehingga setiap individu dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih. Metode ini digunakan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh dapat mewakili populasi secara objektif dan meminimalkan bias.

Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini dikumpulkan menggunakan metode kuesioner *online*. Kuesioner disusun berdasarkan indikator variabel yang telah dirumuskan sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Kuesioner tersebut berisi pertanyaan tertutup dengan skala likert 5 poin untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang berkaitan dengan penggunaan pinjaman *online* bayar nanti dan perilaku konsumtif mahasiswa.

Penyebaran kuesioner dilakukan secara *online* melalui *platform Google Forms* yang memungkinkan pengumpulan data secara efisien dan paperless. *Link* kuesioner dibagikan kepada mahasiswa Universitas Nusa Putra yang merupakan pengguna layanan pinjaman *online* bayar nanti melalui media sosial.

Teknik Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan dari kuesioner akan dianalisis menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengetahui hubungan antara variabel penggunaan pinjaman *online* dan perilaku konsumtif mahasiswa. Proses analisis data ini akan dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistik **SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)** versi terbaru agar hasilnya lebih akurat dan efisien.

Langkah-langkah dalam teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- Uji Validitas : Menilai apakah pertanyaan kuesioner sesuai dengan variabel.
- Uji Reliabilitas : Mengukur konsistensi jawaban responden.
- Uji Asumsi Klasik : Memastikan data normal, tidak heteroskedastis, dan bebas linearitas.
- Uji Regresi Linier Sederhana : Menguji pengaruh penggunaan pinjaman *online* terhadap perilaku konsumtif.
- Uji Hipotesis : Menggunakan uji t dan koefesien determinasi (R^2) untuk melihat signifikansi dan besar pengaruh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Profil responden dalam penelitian ini dapat dilihat dari aspek jenis kelamin, usia, dan tahun akademik.

Berikut data responden mahasiswa Universitas Nusa Putra berdasarkan jenis kelamin :

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1	Laki-Laki	66	66%
2	Perempuan	34	34%
	Total	100	100%

Berdasarkan data yang tersaji pada tabel di atas, jumlah total responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang. Dari total tersebut, sebanyak 66 responden atau 66% merupakan perempuan, sementara 34 responden atau 34% merupakan laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa partisipasi responden perempuan dalam penelitian ini lebih tinggi dibandingkan dengan responden laki-laki, yang dapat mencerminkan tingginya keterlibatan mahasiswa perempuan dalam topik yang diteliti.

Selanjutnya, karakteristik responden mahasiswa Universitas Nusa Putra berdasarkan usia, berikut datanya :

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Frekuensi	Presentase
1	18-21	58	58%
2	22-25	41	41%
3	>25	1	1%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa responden dengan rentang usia 18 hingga 21 tahun merupakan kelompok terbanyak, yaitu sebanyak 58 orang atau 58% dari total responden. Selanjutnya, responden berusia

antara 22 hingga 25 tahun berjumlah 41 orang atau 41%. Sementara itu, responden yang berusia di atas 25 tahun tercatat sebanyak 1 orang atau 1%. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada usia produktif awal.

Terakhir, karakteristik responden mahasiswa Universitas Nusa Putra berdasarkan tahun akademik, berikut datanya :

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Akademik

No.	Tahun Akademik	Frekuensi	Presentase
1	2021	3	3%
2	2022	11	11%
3	2023	74	74%
4	2024	12	12%

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa responden terbanyak berasal dari tahun akademik 2023 sebanyak 74 orang atau 74% dari total responden. Selanjutnya, terdapat 12 orang atau 12% dari tahun akademik 2024, 11 orang atau 11% dari tahun akademik 2022, dan 1 orang atau 1% dari tahun akademik 2021. Data ini menggambarkan distribusi responden yang mayoritas masih berada pada angkatan terbaru, yaitu tahun akademik 2023.

Uji Validitas

Uji validitas merupakan teknik yang digunakan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian benar-benar mampu mengukur apa yang seharusnya diukur, serta relevan dengan variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan menggunakan metode *Pearson Product Moment*, yaitu dengan membandingkan nilai

r_{hitung} dengan r_{tabel} , dengan ketentuan berikut ini :

- Jika nilai $r_{hitung} >$ nilai r_{tabel} maka item dianggap valid
- Jika nilai $r_{hitung} <$ nilai r_{tabel} maka item dianggap tidak valid

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} . Derajat kebebasan (*degree of freedom*) ditentukan dengan rumus $df = N - 2$. Berdasarkan jumlah responden sebanyak 100 orang, maka diperoleh $df = 100 - 2 = 98$. Pada taraf signifikansi 5%, nilai r_{tabel} untuk $df = 98$ adalah sebesar 0,197. Dengan menggunakan acuan ini, setiap item dalam instrumen diuji untuk mengetahui validitasnya. Berikut ini hasil perhitungan uji validitas :

Tabel 4. Hasil Uji validitas Variabel Pinjaman Online Bayar Nanti (X)

No. Item	Person Corelation	r_{tabel} (taraf signifikan 5%)	Ket.
1	0,594	0,197	Valid
2	0,711		Valid
3	0,832		Valid
4	0,811		Valid
5	0,654		Valid
6	0,799		Valid
7	0,786		Valid
8	0,87		Valid

Tabel 5. Hasil Uji validitas Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

No. Item	Person Corelation	r_{tabel} (taraf signifikan 5%)	Ket.
1	0,819	0,197	Valid
2	0,759		Valid
3	0,858		Valid
4	0,901		Valid

5	0,835	0,197	Valid
6	0,755		Valid
7	0,732		Valid

Berdasarkan hasil uji validitas diatas, seluruh item pada variabel Pinjaman *Online* Bayar Nanti (Y) dan Perilaku Konsumtif (X) dinyatakan valid. Hal ini ditunjukkan oleh nilai r_{hitung} dari masing-masing item yang lebih besar dibandingkan nilai r_{tabel} sebesar 0,197. Dengan demikian, semua pernyataan dalam instrumen penelitian layak digunakan untuk mengukur variabel yang dimaksud.

Uji Reliabilitas

Suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila koefisien reliabilitasnya menunjukkan nilai yang positif dan signifikan. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah apabila nilai koefisien *alpha* lebih besar dari 0,60, maka instrumen dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang memadai. Berikut ini output hasil perhitungan uji reliabilitas :

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penggunaan Pinjaman *Online* Bayar Nanti (X)

Cronbach's Alpha	N of Items
.899	8

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Varibel Perilaku Konsumtif (Y)

Cronbach's Alpha	N of Items
.912	7

Berdasarkan hasil output uji reliabilitas, diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,899 untuk variabel X dan sebesar 0,912

untuk variabel Y. Kedua nilai tersebut melebihi batas minimum koefisien reliabilitas sebesar 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi kriteria reliabel. Dengan demikian, alat ukur pada kedua variabel dinyatakan konsisten dan dapat dipercaya untuk mengumpulkan data.

Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan Uji *Kolmogorov-Smirnov*, dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

- Jika nilai Signifikansi $> 0,05$, maka nilai residual berdistribusi normal.
- Jika nilai Sifnifikansi $< 0,05$, maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

Berikut ini hasil uji Normalitas :

Tabel 8. Hasil Uji Normalitas

N	100	
Normal	Mean	.0000000
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	3.387231
		85
Most Extreme	Absolute	.072
Differences	Positive	.049
	Negative	-.072
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d

Berdasarkan hasil uji normalitas data, diperoleh nilai *Asymp. Sig* sebesar 0,200 yang lebih besar dari taraf signifikansi 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya kesamaan varian dari nilai residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Peneliti melakukan uji heteroskedastisitas dengan metode *Glejser*, yaitu dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap masing-masing variabel independen dalam model regresi. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji *Glejser* adalah sebagai berikut :

- Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka terdapat gejala heteroskedastisitas.
- Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka terdapat indikasi terjadinya heteroskedastisitas.

Berikut ini hasil uji Heteroskedastisitas :

Tabel 9. Tabel Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	4.284	1.010			4.242	<.001
pinjaman	-.051	.032	-.159	-1.593		.114
online bayar						
nanti						

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas si atas, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,114. Karena nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas. Dengan demikian, asumsi klasik mengenai Heteroskedastisitas telah terpenuhi dalam model regresi yang digunakan dalam penelitian ini.

Uji Linearitas

Pengujian linearitas bertujuan untuk memastikan apakah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen bersifat linear. Dalam penelitian ini, analisis

dilakukan dengan menggunakan uji *Deviation from Linearity*. Apabila nilai signifikansi pada hasil uji tersebut menunjukkan angka lebih dari 0,05, maka hubungan antara kedua variabel dapat dianggap linear. Berikut ini hasil dari uji linearitas :

Tabel 10. Hasil Uji Linearitas

	perilaku	Between	Sum of		Mean		Sig.
			Squares	df	Square	F	
	konsumtif	n	3407.304	22	154.877	14.424	<.001
	* pinjaman	Groups	3098.249	1	3098.249	288.538	<.001
	online	Deviation	309.055	21	14.717	1.371	.160
	bayar	from					
	nanti	Linearity					
		Within Groups	826.806	77	10.738		
		Total	4234.110	99			

Berdasarkan hasil uji linearitas, diperoleh nilai signifikansi pada *Deviation from Linearity* sebesar 0,160 yang lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variabel Pinjaman *Online* Bayar Nanti dan Perilaku Konsumtif, sehingga memenuhi asumsi linearitas dalam analisis regresi.

Uji Regresi Linear Sederhana

Uji regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh antara satu variabel independen terhadap satu variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh perilaku konsumtif (X) terhadap penggunaan pinjaman *online* bayar nanti (Y). Berikut ini hasil dari uji regresi Linear Sederhana :

Tabel 11. Hasil Uji Linear Sederhana

Model	Unstandardized		Standardized		Sig.
	B	Std. Error	Coefficients	Beta	
1 (Constant)	-3.848	1.717			-2.241 .027
pinjaman online	.885	.054		.855	16.350 <.001
bayar nanti					

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana diatas, diperoleh nilai konstanta sebesar -3,848 dan koefisien regresi variabel Pinjaman *Online* Bayar Nanti (*X*) sebesar 0,885. Dengan demikian, persamaan regresi yang terbentuk adalah:

$$Y = a + bx$$

$$Y = -3,848 + 0,885X$$

Nilai konstanta sebesar -3,848 menunjukkan bahwa jika variabel Pinjaman *Online* Bayar Nanti bernilai nol, maka nilai Perilaku Konsumtif diperkirakan sebesar -3,848. Sementara itu, koefisien regresi sebesar 0,885 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel Pinjaman *Online* Bayar Nanti akan meningkatkan nilai Perilaku Konsumtif sebesar 0,885 satuan. Koefisien yang positif ini mengindikasikan adanya hubungan positif antara Pinjaman *Online* Bayar Nanti dan Perilaku Konsumtif. Selain itu, nilai signifikansi yang diperoleh adalah kurang dari 0,05 ($p < 0,001$), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Pinjaman *Online* Bayar Nanti berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Dengan demikian, semakin tinggi penggunaan layanan Pinjaman *Online* Bayar Nanti, maka semakin tinggi pula tingkat Perilaku Konsumtif, khususnya pada kalangan remaja.

Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (bebas)

terhadap variabel dependen (terikat) secara parsial. Dalam penelitian ini, uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel Pinjaman *Online* Bayar Nanti terhadap Perilaku Konsumtif. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji t menggunakan nilai signifikansi (Sig), yaitu:

- Jika nilai Sig < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- Jika nilai Sig > 0,05, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Berikut ini hasil uji t :

Tabel 12. Hasil Uji t

Model	Unstandardized		Standardized		Sig.
	B	Std. Error	Coefficients	Beta	
1 (Constant)	-3.848	1.717			-2.241 .027
pinjaman	.885	.054		.855	16.35 <.001
online					0
bayar nanti					

Berdasarkan hasil uji t di atas, diperoleh nilai signifikansi untuk variabel Pinjaman *Online* Bayar Nanti sebesar < 0,001. Nilai ini jauh lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan, yaitu 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang sangat signifikan antara Pinjaman *Online* Bayar Nanti terhadap Perilaku Konsumtif. Artinya, semakin tinggi penggunaan layanan pinjaman *online* bayar nanti, maka perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Nusa Putra juga cenderung meningkat. Oleh karena itu, hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima. Temuan ini memperkuat bukti bahwa layanan pinjaman

online bayar nanti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Nusa Putra.

Koefisien determinasi

Koefisien determinasi (R^2) adalah ukuran yang menunjukkan seberapa besar proporsi variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam suatu model regresi. Nilai R^2 berada dalam rentang 0 hingga 1, di mana semakin mendekati 1, maka semakin baik model dalam menjelaskan variabel dependen. Secara umum, klasifikasi nilai R^2 dibagi menjadi lima kategori, yaitu: 0–0,199 menunjukkan hubungan sangat lemah, 0,20–0,399 lemah, 0,40–0,599 cukup, 0,60–0,799 kuat, dan 0,80–1,00 sangat kuat. Berikut ini hasil perhitungan koefisien determinasi :

Tabel 13. Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted	Std. Error of the
			R Square	Estimate
1	.855 ^a	.732	.729	3.404

Berdasarkan hasil uji diatas, nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,732 menunjukkan bahwa 73,2% perubahan perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Nusa Putra dapat dijelaskan oleh penggunaan pinjaman *online* bayar nanti. Sisanya, yaitu 26,8%, dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Nilai ini termasuk dalam kategori sangat kuat, sehingga model dapat dikatakan cukup baik dalam menjelaskan hubungan antar variabel. Adapun nilai standar error sebesar 3,404 menunjukkan tingkat penyimpangan hasil prediksi terhadap nilai aktual, yang masih dalam batas wajar.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian terhadap mahasiswa Universitas Nusa Putra, dapat disimpulkan bahwa penggunaan layanan pinjaman *online* bayar nanti (Paylater) memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap perilaku konsumtif. Semakin sering layanan ini digunakan, maka semakin tinggi pula kecenderungan konsumtif di kalangan mahasiswa.

Hasil uji regresi linear sederhana menunjukkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,732, yang berarti 73,2% variasi perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh penggunaan layanan pinjaman *online* bayar nanti, sementara 26,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Selain itu, uji t menghasilkan nilai signifikansi sebesar $< 0,001$, yang mengindikasikan bahwa hipotesis alternatif (H_a) diterima, dan hipotesis nol (H_0) ditolak.

Temuan ini menguatkan bahwa kemudahan akses layanan pinjaman digital seperti Paylater dapat mendorong perilaku konsumtif, terutama di kalangan mahasiswa usia muda yang rentan terhadap pengaruh gaya hidup digital dan tren sosial. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan literasi keuangan serta pengawasan yang lebih baik dalam penggunaan layanan keuangan digital agar mahasiswa dapat mengambil keputusan finansial secara bijak dan bertanggung jawab.

SARAN

Sebagai tindak lanjut dari hasil penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh pihak-pihak terkait untuk meminimalkan dampak negatif dari penggunaan layanan pinjaman *online* bayar nanti di kalangan mahasiswa.

Mahasiswa diharapkan dapat lebih bijak dan selektif dalam memanfaatkan layanan keuangan digital, dengan mengutamakan kebutuhan yang nyata serta menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan. Pihak kampus perlu berperan aktif dalam meningkatkan literasi keuangan melalui kegiatan edukatif seperti seminar, pelatihan, atau integrasi materi literasi keuangan dalam kurikulum, agar mahasiswa memahami risiko dan tanggung jawab dalam penggunaan layanan seperti Paylater.

Penyedia layanan fintech juga memiliki tanggung jawab moral dan sosial untuk menyampaikan informasi produk secara jujur, transparan, dan tidak menyesatkan, khususnya kepada segmen pengguna muda

yang rentan terhadap pengaruh konsumtif. Selain itu, pemerintah melalui Otoritas Jasa Keuangan (OJK) perlu memperketat regulasi dan pengawasan terhadap aktivitas pinjaman *online* guna mencegah penyalahgunaan layanan dan potensi krisis keuangan di kalangan generasi muda.

Kerja sama antara mahasiswa, institusi pendidikan, penyedia layanan fintech, dan pemerintah sangat diperlukan untuk menciptakan budaya keuangan yang sehat, bijak, dan bertanggung jawab di era digital yang terus berkembang.

REFEREENSI

- MASMAN: Master Manajemen Volume. 3, Nomor. 1, Tahun 2025 e-ISSN DOI: <https://doi.org/10.59603/masman.v3i1.685> Available online at: <https://ejurnal-nipamof.id/index.php/MASMAN>
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2024). *Data Akumulasi Utang PayLater di Indonesia per. November 2024*. OJK.
- Sari, A., & Prasetyo, B. (2022). Pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif generasi muda di era digital. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 10(2), 123-135
- Widodo, W. (2021). *Fintech dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. *Jurnal Ekonomi Digital*. 5(1), 45–56.
- Yuliani, D. (2022). *Pengaruh Pinjaman Online terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Indonesia*. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 11(3), 112–120.
- Pohan, M. Z., Nasution, T. A., & Pohan, S. (2025). *Gaya Hidup Konsumtif Generasi Z dalam Era Belanja Daring Indonesia*. Jurnal Ilmu Komunikasi, Universitas Sumatera Utara. [ResearchGate](#)
- Nomleni, K. E. J., & Timo, F. T. N. (2024). *Pengaruh Terpaan Konten Iklan Layanan Pinjaman Online terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Bunda Mulia. [Undiknas Journal](#)
- Kumalasari, D., & Soesilo, Y. H. (2019). *Pengaruh Literasi Keuangan, Modernitas Individu Uang Saku, dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Malang*. JPE: Jurnal Pendidikan Ekonomi, 12(1), 61–71. [Universitas Udayana Journal System library.moestopo.ac.id](#)
- Setiyono, D., et al. (2025). *Analisis Financial Technology Payment dan Pengetahuan Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. Jurnal Ekonomi dan Manajemen Sains Indonesia, 6(2), 45–60. [Dinasti Publisher](#)
- Pohan, M. Z., Nasution, T. A., & Pohan, S. (2025). *Gaya Hidup Konsumtif Generasi Z dalam Era Belanja Daring Indonesia*. Jurnal Ilmu Komunikasi, Universitas Sumatera Utara.
- Andaiyani, S., Yunisvita, Y., & Tarmizi, N. (2020). *Peran Financial Technology sebagai Alternatif Permodalan bagi UMKM di Desa Kerinjing, Kabupaten Ogan Ilir*. Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services, 1(2), 85-92. [Journal Unrika](#)
- Ansori, M. (2019). *Perkembangan dan dampak financial technology (fintech) terhadap industri keuangan syariah di Jawa Tengah*. Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman, 5(1), 31-45. [Journal Unrika](#)
- Mursalim, Oktaviani, A. R., & Abdullah. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan, Fintech Digital Payment dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Makassar*. Jurnal Aplikasi Manajemen & Kewirausahaan MASSARO, 6(2), 76–90.
- Ray, M. J. K., Mashudi, M., & Herkulana, H. (2023). *Pengaruh Penggunaan Fintech Mobile Payment dan Aplikasi Belanja Online terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN*. Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa, 12(3), 1-10.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2023). *Statistik Fintech Lending - Desember 2023*. Diakses dari <https://www.ojk.go.id>