

**PENGARUH METODE PEMBAYARAN PAY LATER DAN LIFESTYLE
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK**

(Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Akuntansi Angkatan 19 dan 20 UPN Veteran Jakarta)

Nur Alfi Urifah¹

nur.alfi@upnvj.ac.id

Zulfa Kamila²

zulfa.kamila@upnvj.ac.id

Yasmin Aulia Syarifah³

yasmin.aulia@upnvj.ac.id

¹²³*Jurusan Akuntansi, Universitas Pembangunan “Nasional” Veteran Jakarta*

ABSTRACT

Seeing the rapid technological developments in the economic sector at this time, as well as the incessant Pay Later that is served by almost all E-commerce will have an impact on product purchasing decisions from consumers, especially from students who are tempted to use Pay Later because it can be a solution when income is low, stable but still have to meet the needs. However, with all the conveniences offered by Pay Later, students often get complacent and use Pay Later to buy consumables at high prices without paying attention to the added value of these items, that is, only to fulfill a high lifestyle. This study aims to determine the effect of using Pay Later and lifestyle on product purchasing decisions for S1 Accounting Students Batch 2019 and 2020 UPN Veteran Jakarta who are actively shopping online at E-commerce. After distributing the questionnaires, 83 respondents were obtained who participated and then became the sample in this study. The research method used is a quantitative method using a questionnaire method tested with a Likert scale. The results show that the Pay Later has an influence on product purchasing decisions, as well as the Lifestyle which also has an influence on purchasing decisions, which means that Pay Later and Lifestyle Accounting Students have a large influence on their purchasing decisions regardless of basic financial intelligence. acquired during the study period.

Keywords: *College Student, E-Commerce, Lifestyle, Pay Later, Purchase Decision*

ABSTRAK

Melihat perkembangan teknologi pada bidang ekonomi yang semakin pesat saat ini, serta gencarnya metode pembayaran Pay Later yang disuguhkan hampir seluruh E-commerce akan berdampak pada keputusan pembelian produk dari konsumen terutama dari kalangan mahasiswa yang tergiur untuk menggunakan Pay Later karena dapat menjadi solusi ketika pendapatan tidak stabil namun tetap harus memenuhi kebutuhan. Namun, dengan segala kemudahan yang ditawarkan oleh Pay Later dapat membuat mahasiswa terlena dan menggunakan Pay Later untuk membeli barang habis pakai dengan harga tinggi tanpa memperhatikan nilai lebih dari barang tersebut, yakni hanya untuk memenuhi gaya hidup yang tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan Pay Later dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk pada Mahasiswa S1 Akuntansi Angkatan 2019 dan 2020 UPN Veteran Jakarta yang aktif berbelanja online di E-commerce. Setelah menyebarkan kuesioner, didapat sebanyak 83 Responden yang turut berpartisipasi dan kemudian menjadi sampel dalam penelitian ini. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data yang diuji dengan skala likert. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pembayaran Pay Later dan Lifesty berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk. Dengan kata lain, Pay Later dan Lifestyle Mahasiswa Akuntansi tersebut memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian mereka terlepas dari basic financial intelligence yang telah didapatkan selama masa perkuliahan.

Kata Kunci: *Pay Later, Lifestyle, Keputusan Pembelian, E-Commerce, Mahasiswa*

**PENDAHULUAN
Latar Belakang**

Seiring dengan perkembangan teknologi yang pesat, membawa banyak inovasi

baru dalam berbagai sektor kehidupan. Salah satu bentuk kemajuan teknologi dalam bidang ekonomi adalah dengan adanya inovasi berupa e-commerce sebagai media untuk melakukan transaksi jual beli. E-commerce merupakan suatu perangkat teknologi yang dinamis, meliputi aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan suatu komunitas melalui transaksi elektronik, yang menyelenggarakan pertukaran elektronik barang (Sitohang, 2018). Dengan hadirnya e-commerce telah mempermudah proses jual beli karena para konsumen dapat membeli barang yang diinginkannya cukup dengan membuka aplikasinya dirumah, tanpa harus mendatangi toko, pusat perbelanjaan, ataupun pasar secara langsung. Tingginya minat konsumen menjadi tombak awal munculnya berbagai platform e-commerce lainnya seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, Blibli, Zalora, dan lain lain.

Namun, saat ini beberapa e-commerce melakukan e-marketing dengan menghadirkan fitur pembayaran tanpa kartu kredit, yang dikenal dengan fitur beli sekarang bayar nanti atau Pay Later (Putri dkk, 2020). Layanan Pay Later ini disediakan dalam aplikasi yang dapat diunduh di ponsel pintar yang dimiliki oleh kebanyakan orang saat ini khususnya mahasiswa atau pelajar. Akan tetapi, perbedaan utama antara pengguna kartu kredit dan pengguna Pay Later adalah pada pengguna kartu kredit sebagian besar pengguna harus memiliki pekerjaan dan penghasilan tetap agar bank dapat mengeluarkan kartu untuk konsumen, sementara mahasiswa dapat dengan mudah menggunakan Pay Later karena sederhananya aturan yang diterapkan untuk memiliki akses layanan dari PayLater sehingga dapat menjangkau semua aspek masyarakat. Karena sederhananya akses yang diberikan untuk mendapatkan Pay Later membuat mahasiswa menjadi konsumtif dalam membuat keputusan pembelian kebutuhan sehari-hari.

Perilaku konsumtif karena merasa mampu membeli barang mahal dengan bantuan Pay Later akan merujuk kepada sikap hedonisme. Penelitian yang dilakukan oleh Sartika & Hudaniah (2018) menemukan bahwa gaya hidup hedonis berpengaruh positif terhadap intensi korupsi. Sementara penelitian Shonhadji & Maulidi (2021) menemukan bahwa gaya hidup hedonisme berpengaruh positif terhadap kecurangan akademik. Orang yang sudah terjebak dalam gaya hidup hedonisme akan melakukan segala cara untuk

memenuhi gaya hidupnya. Kegemaran akan membeli barang-barang habis pakai yang tidak memiliki nilai lebih akan menimbulkan kebangkrutan, terlebih jika kita menggunakan 75% gaji perbulan kita untuk dialokasikan pada pembayaran Pay Later, hal tersebut dapat menjadi salah satu indikasi awal seseorang melakukan fraud. Pada teori *Fraud Triangle*, hedonisme berkaitan dengan *pressure* (tekanan) dimana salah satu faktor seseorang melakukan fraud adalah adanya tekanan gaya hidup yang tinggi dengan pemasukan ekonomi yang rendah, tak terkecuali Mahasiswa Akuntansi yang sebagian besar belum memiliki pekerjaan yang tetap. Mahasiswa Jurusan Akuntansi pada Program Studi Ekonomi dan Bisnis telah mendapatkan pembelajaran mengenai *financial management*, *fraud prevention*, dan perpajakan selama masa perkuliahan. Hal ini menunjukkan bahwa Mahasiswa Akuntansi seharusnya sudah lebih baik dan matang dalam mengambil keputusan untuk memenuhi kebutuhan hidup, memanfaatkan pendapatan yang diterimanya untuk menabung dan berinvestasi, serta kebijaksanaannya dalam mengambil hutang dengan memperhatikan besaran suku bunga yang harus dibayarkan tiap bulan.

Berbagai macam penelitian mengenai Pay Later telah dilakukan sebelumnya, namun masing-masing dari penelitian tersebut memiliki variabel dan fokus penelitian berbeda sehingga menimbulkan hasil penelitian yang beragam. Seperti halnya penelitian yang dilakukan oleh Rafidharma K dan Aprilianty (2022) dengan judul "*The Impact Buy Now Pay Later Feature Towards Online Buying Decision in E-commerce Indonesia*" yang menyatakan bahwa Pay Later memberikan dampak yang positif terhadap keputusan pembelian barang online. Dengan adanya limit kredit pada akun Pay Later akan membuat penggunaannya membuat keputusan pembelian barang sesuai dengan batas limit yang mereka punya. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Ashoer, Syahnur, dan Murdifin (2019) yang berjudul "*Bagaimana Gaya Hidup Mempengaruhi Keputusan Membeli Tiket Online?*" menyatakan bahwa perilaku orientasi lifestyle konsumen memegang peran penting dalam menstimulasi keputusan pembelian online, sehingga penting bagi e-commerce untuk dapat memahami gaya hidup konsumen agar dapat mengambil langkah yang tepat sesuai dengan strategi pemasarannya.

Permasalahan

Metode pembayaran terbaru yang disuguhkan dalam e-commerce adalah Pay Later. Metode ini memberikan opsi pelanggan untuk membayar barang belanjanya di kemudian hari. Penggunaan Pay Later yang mudah tanpa harus memerlukan kartu kredit membuat banyak pelanggan dari kalangan mahasiswa yang tergiur untuk menggunakan Pay Later. Ditambah dengan limit Pay Later yang bisa terus menaik setiap kali digunakan dengan limit awal Rp750.000 - Rp3.000.000 dianggap menjadi alternatif bagi mahasiswa yang belum memiliki pendapatan tetap untuk menggunakan Pay Later sebagai media untuk membeli kebutuhannya. Namun, dengan segala kemudahan yang ditawarkan oleh Pay Later kadang membuat mahasiswa terlena dan menggunakan Pay Later untuk membeli barang habis pakai dengan harga tinggi tanpa memperhatikan nilai lebih dari barang tersebut, yakni hanya untuk memenuhi gaya hidup yang tinggi. Hal tersebut yang menarik perhatian peneliti untuk melakukan pengamatan lebih lanjut mengenai "Pengaruh Metode Pembayaran Pay Later dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Akuntansi Angkatan 19 dan 20 UPN Veteran Jakarta)".

Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh penggunaan Pay Later dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk pada Mahasiswa S1 Akuntansi Angkatan 19 dan 20 UPN Veteran Jakarta yang aktif berbelanja online di E-commerce.

TINJAUAN PUSTAKA

Keputusan Pembelian

Menurut Kotler (2012:190) keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar membeli. Selanjutnya Kotler dan Keller (2012:193) menyatakan terdapat enam tahap keputusan pembelian dilakukan oleh Pelanggan antara lain Pemilihan Produk, Pemilihan Merek, Pemilihan Saluran Pembelian, Jumlah Pembelian, dan Waktu Pembelian. Sedangkan Menurut (Tjiptono, 2016) keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah tindakan yang berhubungan langsung dengan perolehan dan identifikasi produk dan

jasa, termasuk proses pengambilan keputusan sebelum dan sesudah tindakan tersebut.

Buy Now Pay Later

BNPL (Buy Now Pay Later) adalah jenis pinjaman jangka pendek yang memungkinkan konsumen melakukan pembelian dan membayarnya di masa mendatang melalui serangkaian cicilan. BNPL membagi pembelian konsumen menjadi beberapa pembayaran yang sama, dengan yang pertama harus dibayar saat checkout. Produk BNPL jangka pendek biasanya bebas bunga, sedangkan produk BNPL jangka panjang mungkin mengenakan bunga. Meskipun BNPL awalnya digunakan terutama untuk pembelian online, BNPL telah berkembang menjadi pembelian di toko-toko dan menjadi pilihan pembayaran yang semakin populer untuk membeli barang elektronik, pakaian dan *fashion*, *furniture*, dan peralatan. Saat ini, BNPL mulai tersedia untuk layanan seperti perjalanan bahkan perawatan kesehatan. (Alcazar dan Bradford, 2021).

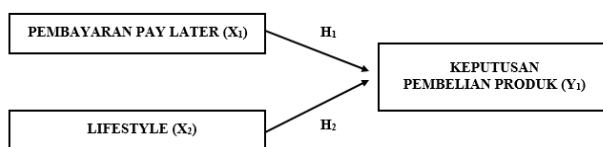
Lifestyle

Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam bereaksi dan berinteraksi di dunia. Indikator gaya hidup dalam pembelian diambil dari Prasetyo dalam Kusnandar dan Kurniawan (2018), yakni: *Activities* (kegiatan), *Interest* (minat), dan *Opinion* (pendapat). Menurut Mahdiyan, (2019) faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang ada 2 faktor yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu (internal) dan faktor yang berasal dari luar (eksternal). Faktor internal yaitu sikap, pengalaman, dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, dan persepsi dengan penjelasannya sebagai berikut : 1. Sikap: Sikap berarti suatu keadaan jiwa dan keadaan pikir yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek; 2. Pengalaman dan pengamatan: Pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku, hasil dari pengalaman sosial akan dapat membentuk pandangan terhadap suatu objek; 3. Kepribadian: Kepribadian adalah konfigurasi karakteristik individu dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu; 4. Konsep diri: menggambarkan hubungan antara konsep diri

konsumen dengan image merek. Bagaimana individu memandang dirinya akan mempengaruhi minat terhadap suatu objek; 5. Motif: Perilaku individu muncul karena adanya motif kebutuhan untuk merasa aman dan kebutuhan terhadap prestige. Jika motif seseorang terhadap kebutuhan akan prestige itu besar maka akan membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah kepada gaya hidup hedonis; 6. Persepsi: Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambar yang berarti mengenai dunia.

Kerangka Pemikiran

Kerangka berfikir dari penelitian ini digambarkan sebagai berikut.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Sumber: data diolah

Research Hypothesis

Berdasarkan kajian teori dan kerangka berpikir yang sudah disusun, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

- H₁: Pembayaran pay later berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk
- H₂: Lifestyle berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan paradigma positivisme. Penelitian ini dilakukan menggunakan kuesioner dengan skala likert range 1 sampai 5. Range 1 mengindikasikan pernyataan sangat tidak setuju dan range 5 mengindikasikan pernyataan sangat setuju. Kuesioner ini dibuat secara online dengan menggunakan google form. Data yang dihasilkan akan dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap instrumen penelitian yang akan digunakan. Setelah lolos uji ini, maka selanjutnya akan dilakukan uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik, dan uji analisis regresi linier berganda. Pada uji asumsi klasik, data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan

uji autokorelasi. Selanjutnya, data akan diproses dengan uji hipotesis dengan menggunakan uji F, uji T, dan uji koefisien determinasi. Seluruh pengujian dilakukan dengan menggunakan IBM SPSS Statistics 26.

Populasi penelitian ini adalah mahasiswa S1 Akuntansi UPN Veteran Jakarta angkatan 2019-2020 sebanyak ±450 mahasiswa. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling yakni dengan kriteria sebagai berikut.

1. Mahasiswa aktif jurusan S1 Akuntansi angkatan 2019 & 2020 UPN Veteran Jakarta.
2. Aktif berbelanja online di E-commerce.
3. Melakukan transaksi dengan sistem pembayaran Pay Later (minimal 1x).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Menurut Listiawati, Vidyasari & Novitasari (2022), untuk mengetahui apakah pernyataan yang diajukan peneliti valid atau reliabel maka dilakukan S uji coba terlebih dahulu. Uji coba kuesioner dilakukan kepada 83 responden pengguna Pay Later pada Mahasiswa S1 Akuntansi UPNVJ angkatan 2019 dan 2020. Pengujian ini dilakukan dengan memakai uji validitas dan uji reliabilitas pada aplikasi SPSS.

Hasil pengamatan pada r tabel didapatkan nilai dari sampel (N) = 83 sebesar 0,2159. Merujuk pada hasil dari uji validitas dihasilkan bahwa semua instrument mulai dari variabel pembayaran pay later (X1) yang terdiri dari X1.1, X1.2, X1.3, ..., X1.10 semuanya menghasilkan nilai (r hitung) > daripada r tabel, begitupun dengan variabel Life style (X2) menghasilkan nilai (r hitung) > daripada r tabel. Selain itu, variabel keputusan pembelian produk (Y) yang terdiri dari Y.1, Y.2, Y.3, ..., Y.10 semuanya menghasilkan nilai (r hitung) > daripada r tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dalam penelitian ini dapat dikatakan valid.

Tabel 1. Uji Reliabilitas Variabel X1

Cronbach Alpha	N of Items
.789	10

Tabel 2. Uji Reliabilitas Variabel X2

Cronbach Alpha	N of Items
----------------	------------

.763	10
------	----

Tabel 3. Uji Reliabilitas Variabel Y

Cronbach Alpha	N of Items
.715	10

Dari hasil uji reliabilitas didapatkan semua nilai dari hasil variabel X₁, X₂, dan Y menghasilkan nilai alpha cronbach > 0.6. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dalam penelitian ini reliabel.

Deskripsi Responden

Berdasarkan hasil pengumpulan data pada kuesioner yang telah disebarluaskan, diperoleh responden yang telah memenuhi persyaratan ada sebanyak 83 responden. Langkah selanjutnya adalah melakukan tabulasi data untuk mengklasifikasikan data responden. Hasil dari proses tabulasi data, diperoleh data responden sebagai berikut:

Tabel 4. Statistika Deskripsi Responden

	N	Range	Min	Max	Mean	Std. Dev
X ₁	83	26	22	48	35,24	5,699
X ₂	83	24	23	47	34,78	5,289
Y	83	25	22	47	35,43	5,123

Sumber: data diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas, variabel X₁ (Pembayaran Pay Later) memperoleh rata-rata sebesar 35,24 dengan nilai maximum 48 yang berasal dari responden NPH (21 tahun akt 19) dan nilai minimum dengan nilai 22 yang berasal dari responden YHK (21 tahun akt 19). Standar deviasi sebesar 5,699 lebih kecil dari nilai mean yang berarti data berdistribusi normal. Variabel X₂ (*Lifestyle*) memperoleh rata-rata sebesar 34,78 dengan nilai maximum 47 yang berasal dari responden JRM (21 tahun akt 19) dan nilai minimum dengan nilai 23 yang berasal dari responden IF (20 tahun akt 20). Standar deviasi sebesar 5,289 lebih kecil dari nilai mean yang berarti data berdistribusi normal. Sedangkan variabel Y (Keputusan Pembelian), memperoleh rata-rata sebesar 35,43 dengan nilai maximum 47 yang berasal dari responden AD (21 tahun akt 19) dan nilai minimum

dengan nilai 22 yang berasal dari responden FC (21 tahun akt 19). Standar deviasi sebesar 5,123 lebih kecil dari nilai mean yang berarti data berdistribusi normal.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten. Asumsi klasik adalah syarat-syarat yang harus dipenuhi pada model regresi linear OLS agar model tersebut menjadi valid sebagai alat penduga.

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		83
Normal Parameters	Mean	.0000000
	Std Deviation	3.38269767
Most Extreme Differences	Absolute	0.62
	Positive	0.55
	Negative	-.062
Test Statistic		.062
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi adalah 0,200, dimana nilai ini lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa residual menyebar secara normal atau dapat dikatakan telah berdistribusi normal.

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Unstandardized Coefficient	Collinearity Statistic	
Model	Tolerance	VIF

(Constant)		
Pembayaran Pay Later	.614	1.630
Lifestyle	.614	1.630

Dari hasil perhitungan yang ada pada tabel hasil uji multikolinearitas, variabel bebas menunjukkan bahwa nilai VIF = 1,630 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bebas dari multikolinearitas.

Tabel 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Unstandardized Coefficient	Collinearity Statistic	
	t	Sig.
(Constant)	2.678	.007
Pembayaran Pay Later	-1.134	.260
Lifestyle	-.025	.980

Dari hasil uji multikolinearitas menggunakan uji glejser hasil signifikansi dari variabel bebas atau variabel X menunjukkan sebesar 0,260 untuk X1 & 0,980 untuk X2, dimana nilai keduanya di atas dari nilai standar signifikansi 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Tabel 8. Hasil Uji Autokorelasi

Model	Std. error of Estimate	Durbin Watson
1.	3.425	2.184

Berdasarkan hasil tabel uji autokorelasi diketahui untuk nilai Durbin Watson (DW) = 2,184, selanjutnya dibandingkan dengan nilai tabel signifikansi 5% (0,05) dengan jumlah sampel 83 dan jumlah variabel independen 2 (K=2) = 2,83 sehingga didapatkan hasil dU dari tabel r = 1,6928. Nilai DW lebih besar dari batas dU dan kurang dari (4-dU) = 4 - 1,6928 = 2,3072. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi.

Uji Hipotesis

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 9. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized B
(Constant)	8,278
X ₁	0,410
X ₂	0,365

Berdasarkan hasil analisis regresi linier ganda, didapatkan persamaan linier pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$KP = 8,278 + 0,410PL + 0,365LS + e$$

Maka dapat diinterpretasikan:

- Konstanta (cons). Apabila penggunaan metode Pay Later dan Lifestyle mahasiswa setiap naik 1% maka Keputusan Pembelian akan naik 827,8%.
- Koefisien Pembayaran Pay Later diperoleh sebesar 0,410 atau 41%, sehingga jika Pembayaran Pay Later meningkat 1% maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian sebesar 41%.
- Koefisien Lifestyle diperoleh sebesar 0,365 atau 36,5%, sehingga jika lifestyle meningkat 1% maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian sebesar 36,5%.

Uji Statistik T

Untuk menentukan apakah nilai variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen, dapat dilakukan dengan cara membandingkan t tabel dan t hitung dengan signifikansi 0,05% dan menggunakan nilai df dengan rumus $df = N - k - 1$. Pada penelitian ini nilai df diperoleh dengan perhitungan $df = 83 - 2 - 1 = 80$, sehingga diperoleh nilai t tabel sebesar 1,66412.

Berdasarkan hasil perhitungan uji t sebagai berikut:

- Metode Pembayaran Pay Later terhadap Keputusan Pembelian
H1 diterima dan H0 ditolak yang berarti variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Metode pembayaran Pay Later berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada mahasiswa S1 Akuntansi.
- Gaya Hidup (*Lifestyle*) terhadap Keputusan Pembelian
H1 diterima dan H0 ditolak yang berarti variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Gaya hidup (*lifestyle*)

mahasiswa berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada mahasiswa S1 Akuntansi.

Hasil Uji Statistik F

Uji statistik F bertujuan untuk mencari apakah variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen. Tingkat yang digunakan adalah sebesar 0,05 atau 5%. Jika nilai signifikan $F < 0,05$ maka variabel independen memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Jika nilai signifikan $F > 0,05$ maka variabel independen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 10. Hasil Uji F

Model	F	Sig.
Regression	51.757	.000

Dari hasil uji F, hasil signifikansi yang diperoleh menunjukkan sebesar 0,000 yakni berada di bawah dari nilai standar signifikansi 0,05. Dapat disimpulkan bahwa variabel pembayaran pay later (X1) dan variabel lifestyle (X2) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk (Y) dan model penelitian ini layak digunakan.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi R-Squared merupakan uji untuk menjelaskan besaran proporsi variasi dari variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen. Selain itu, uji koefisien determinasi juga bisa digunakan untuk mengukur seberapa baik garis regresi yang dimiliki. Apabila nilai koefisien determinasi R-squared pada suatu estimasi mendekati angka satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel dependen dijelaskan dengan baik oleh variabel independennya.

Tabel 11. Hasil Uji R-Squared

Model	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimates
1	.553	3.425

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diketahui untuk nilai R adalah 0,751, artinya pengaruh antara 2 variabel dalam

penelitian ini yakni independen (pembayaran pay later & lifestyle) dan dependen (keputusan pembelian produk) hanya memiliki tingkat persentase 75,1%, kemudian sisanya sebanyak 24,9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Untuk nilai R Square didapat 0,564 artinya kekuatan variabel X (pembayaran pay later & lifestyle) dalam mempengaruhi variabel Y (keputusan pembelian produk) hanya sebesar 56,4% dan sisanya 43,6% kemungkinan dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

KESIMPULAN DAN KETERBATASAN

Berdasarkan penelitian dan uji hipotesis yang telah dilakukan pada penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa variabel pembayaran Pay Later memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian produk, yang berarti dengan adanya metode pembayaran Pay Later mempercepat keputusan pembelian produk mahasiswa dengan berbagai kemudahan pembayaran yang disediakan oleh metode Pay Later, terlepas dari segala pengetahuan mahasiswa mengenai besaran beban bunga dan pajak yang harus dibayarkan setiap bulannya.

Sama halnya dengan variabel Lifestyle yang juga memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian, yang berarti gaya hidup mahasiswa S1 Akuntansi memiliki peranan penting terhadap keputusan mereka untuk membeli produk baik berupa barang habis pakai, maupun barang yang memiliki nilai lebih terlepas dari segala pengetahuan mereka tentang basic financial intelligence yang telah didapatkan selama masa perkuliahan.

Dalam penelitian ini peneliti menyadari bahwa masih terdapat banyak kesalahan dan keterbatasan yang diharapkan dapat digunakan sebagai bahan penelitian selanjutnya. Beberapa keterbatasan yang terdapat pada penelitian ini antara lain, keterbatasan pada jumlah sampel, yaitu dari ± 450 mahasiswa S1 Akuntansi angkatan 2019 - 2020, sampel kuesioner yang terkumpul hanya sebanyak 83 responden, tahun angkatan yang digunakan sebagai sampel pada penelitian ini hanya terbatas pada 2 tahun saja, sehingga hasil yang didapatkan kurang menggambarkan kondisi keseluruhan mahasiswa S1 Akuntansi yang ada di UPNVJ, dan keterbatasan waktu penelitian menyebabkan pertanyaan kuesioner yang dibuat tidak terlalu terperinci dan tidak bisa menjangkau semua mahasiswa S1

Akuntansi angkatan 2019 - 2020 untuk mengisi kuesioner tersebut.

REFERENSI

- Hardhika, R. E. B., & Huda, A. M. (2021). Pengalaman Pengguna Pay Later Mahasiswa di Surabaya. *Artikel Ilmiah IKOM*, 4(2), 19–32. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/view/41291/35642>
- Ilahi, N. (2022). “Beli Sekarang Bayar Nanti”: Mahasiswi, SPay Later, dan Pandemi Covid-19. *Emik: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Sosial*, 5(1), 63–83. <https://doi.org/10.46918/emik.v5i1.1214>
- Kurniasari, I., & Fisabilillah, L. W. P. (2021). Fenomena Perilaku Berbelanja Menggunakan SPaylater Serta Dampaknya Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Ilmu Ekonomi. *INDEPENDEN : Journal of Economics*, 1(3), 208–218. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/independent/article/view/43637/37512>
- Lia, D.A.Z., & Natswa, S.L. (2021). Buy-Now-Pay-Later (BNPL): Generation Z's Dilemma on Impulsive Buying and Overconsumption Intention. *Advance in Economics, Business and Management Research*, 193, 130-137. <https://dx.doi.org/10.2991/aebmr.k.211115.018>
- Putri, F.A., & Iriani, S.S. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee Pay Later. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 818-828. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p818-828>
- Rafidarma, M., & Aprilianty, F. (2022). The Impact Buy Now Pay Later Feature Toward Online Buying Decisions in E-Commerce Indonesia. *International Journal of Business and Technology Management*, 4(3), 155–162. <https://doi.org/10.55057/ijbtm.2022.4.3.13>
- Salamah, U. (2022). The Effect of Shopee Pay later on Student Consumption Behavior. *Journal Review of Multidisciplinary Education, Culture, and Pedagogy*, 1(3), 21–24. <https://doi.org/10.55047/romeo.v1i3.229>
- Sampou, C.P., & Wulandari, A. (2020) Proses Pengambilan Keputusan dalam Situs Belanja Online “Shopee” sebagai Pemenuhan Kebutuhan Konsumen. *Journal Of Media and Communication Science*, 3(2), 58-69. <https://doi.org/10.29303/jcommsci.v3i2.68>
- Tangesow, N., & Tumbel, A.L. (2019). Pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Online (Studi Kasus pada Mahasiswa Manajemen Unsrat 2014). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(3), 3468-3477. <https://doi.org/10.35794/emba.v7i3.24562>