

PEMAHAMAN AJARAN LAWAN SASTRA NGESTI MULYA DAN HEDONIC MOTIVATION TERHADAP PENGGUNAAN SHOPEE PAYLATER “BELI SEKARANG BAYAR NANTI”

Dewi Kusuma Wardani¹, Indra²

Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa

Email: d3wikusuma@gmail.com¹, indr017104.mhs@ustjogja.ac.id²

No Kontak Penulis: +628157946153, +6288225134940

Informasi Naskah	Abstrak
Diterima: 19-04-2024 Revisi: 20-04-2024 Terbit: 11-05-2024	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemahaman ajaran <i>lawan sastra ngesti mulya</i> dan <i>hedonic motivation</i> terhadap penggunaan <i>shopee paylater</i> “beli sekarang bayar nanti”. Populasi dari penelitian ini terdiri dari mahasiswa yang kuliah di Daerah Istimewa Yogyakarta. Sebanyak 104 responden diberikan kuesioner sebagai bagian dari metode kuantitatif penelitian ini, yang juga menggunakan teknik <i>snowball sampling</i> untuk mendapatkan data. Menurut temuan penelitian, variabel <i>hedonic motivation</i> berpengaruh positif terhadap penggunaan <i>shopee paylater</i> , meskipun pemahaman terhadap ajaran <i>lawan sastra ngesti mulya</i> tidak berpengaruh terhadap penggunaan <i>shopee paylater</i> “beli sekarang bayar nanti”.
Kata Kunci: Pemahaman ajaran <i>lawan sastra ngesti mulya, hedonic motivation</i> , penggunaan <i>shopee paylater</i> “beli sekarang bayar nanti”	
Keywords: <i>Understanding the teachings of lawan sastra ngesti mulya, hedonic motivation, the use of shopee paylater “buy now pay later”.</i>	Abstract <i>This study aims to determine the influence of understanding the teaching of lawan sastra ngesti mulya and hedonic motivation on the use of shopee paylater “buy now pay later”. The population of this study consisted of students studying in the Special Region Of Yogyakarta. A total of 104 respondents were given questionnaires as part of the quantitative method of this study, which also used snowball sampling techniques to obtain data. According to the research findings, the hedonic motivation variable has a positive effect on the use of shopee paylater, although understanding the teachings of lawan sastra ngesti mulya has no effect on the use of shopee paylater “buy now pay later”.</i>

PENDAHULUAN

Cara bisnis, tata kelola sosial, dan politik industri dijalankan telah berubah sebagai akibat dari perkembangan komunikasi, media, dan teknologi informasi serta pertumbuhan infrastruktur informasi global yang ekstensif. Kesulitan sosial dan ekonomi mendapat manfaat dari penggunaan teknologi dan komunikasi karena memungkinkan untuk memecahkan masalah dan melewati rintangan. Salah satu inovasi yang paling sering digunakan adalah internet, yang telah berkembang menjadi alat yang sangat berguna bagi masyarakat, bisnis, dan organisasi. Menurut statistik terbaru dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 77,02% orang Indonesia telah menggunakan internet pada tahun 2021-2022. Perubahan pada sistem pembayaran sebagian besar dipengaruhi oleh kemajuan teknologi dan basis pengguna internet di Indonesia yang berkembang pesat (Pahlevi, 2022).

Teknologi finansial, atau *fintech*, adalah sistem pembayaran yang sekarang sedang dikembangkan di Indonesia dan di seluruh dunia. Teknologi informasi dan layanan keuangan digabungkan untuk menciptakan teknologi finansial, yang memungkinkan transaksi cepat tanpa memperdulikan jarak (Indonesia, 2020). *Fintech* mengubah cara pandang konsumen terhadap kemungkinan konektivitas internet untuk transaksi *real-time* yang sederhana

dengan memberikan setiap orang kesempatan untuk menikmati transaksi yang mudah dan stabil kapan pun dan di mana pun (Nizar, 2020). Hal ini memungkinkan semua orang untuk menikmati transaksi dengan lebih efisien dan efektif. *Fintech* masih terus berkembang di Indonesia, dan *Paylater* adalah salah satu contoh terbaru. Pada dasarnya, *paylater* adalah mekanisme pembayaran kredit yang menggunakan layanan digital yang lengkap. Suku bunga, batas penggunaan, dan tenggat waktu pembayaran biasanya sama dengan ketentuan kartu kredit, meskipun dokumennya dilakukan secara online. Perusahaan *fintech* yang menawarkan layanan pinjaman *peer-to-peer* merupakan sumber dana yang penting bagi organisasi yang memiliki kemampuan untuk meminjamkan uang secara online, seperti *paylater*. Saat ini, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) telah mengeluarkan POJK nomor 77/POJK.01/2016, yang membahas tentang layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi informasi, sebagai landasan hukum untuk pinjaman online. (Ojk, 2016).

Tabel 1 Durasi Konsumen E-commerce RI Menggunakan Paylater (2022)

NO	NAMA	NILAI/%
1	Lebih dari 1 tahun	56
2	6 - 12 bulan	21
3	3 - 6 bulan	14
4	Kurang dari 3 bulan	9

Sumber : Katadata Insight (KIC), Kredevi (2022)

Menurut jajak pendapat yang disebutkan di atas, 56% pelanggan *e-commerce* Indonesia telah menggunakan *paylater* selama lebih dari satu tahun. Selanjutnya, selama enam hingga dua belas bulan terakhir, 21% responden telah menggunakan *paylater* untuk pembelian online. Selain itu, 14% responden menyatakan bahwa mereka telah menggunakan fitur *paylater* selama tiga hingga enam bulan terakhir, dibandingkan dengan 9% yang mengatakan bahwa mereka baru menggunakannya kurang dari tiga bulan.

Pemahaman tentang ajaran *lawan sastra ngesti mulya* yang berarti dengan kecerdasan jiwa menuju kesejahteraan adalah salah satu dari banyak faktor yang mempengaruhi penggunaan *shopee paylater*, layanan “beli sekarang bayar nanti”. Dalam hal ini, sebagai generasi muda milenial dan masyarakat Indonesia, kita harus menahan diri untuk tidak terbawa oleh dampak buruk teknologi. Dengan kecerdasan jiwa menuju kesejahteraan maksudnya adalah sebagai generasi yang berpendidikan dan generasi milenial jangan gampang untuk terjerat pada layanan dan fitur-fitur yang ditawarkan pada *e-commerce*. Dengan kecerdasan kita dapat untuk tidak memilih menggunakan layanan *paylater* “beli sekarang bayar nanti” (Handerson, 2020). Adapun layanan *shopee paylater* “beli sekarang bayar nanti” banyak digunakan oleh generasi muda, terutama mahasiswa jaman milenial sekarang ini untuk memenuhi kebutuhan hidup dan gaya hidup sehingga banyak yang menunggak dan membengkak tagihan pada *shopee paylater* “beli sekarang bayar nanti” (Nurlaela, 2023). Ketika seseorang mahasiswa memiliki kecerdasan yang tinggi berarti mahasiswa tersebut tidak akan terpengaruh menggunakan *shopee paylater* “beli sekarang bayar nanti”, begitu sebaliknya jika seseorang mahasiswa memiliki kecerdasan yang rendah maka akan terpengaruh dan menggunakan *shopee paylater*. Jadi dengan pemahaman ajaran *lawan sastra ngesti mulya* mahasiswa akan cenderung untuk tidak terpengaruh menggunakan *shopee paylater* beli sekarang bayar nanti”.

Faktor kedua adalah pengaruh dari *hedonic motivation* adalah kegiatan belanja karena konsumen merasa bahwa berbelanja itu adalah kegiatan menarik dan menyenangkan (Ratih & Astiti, 2016). Saat menggunakan fitur pembayaran *paylater*, *hedonic motivation* juga dianggap sebagai faktor utama (Panjalu & Mirati, 2022). Mahasiswa dengan motivasi hedonis yang kuat

akan terpengaruh untuk menggunakan fitur “beli sekarang bayar nanti” dari *shopee paylater*, sebaliknya, mahasiswa dengan motivasi hedonis yang rendah tidak akan terpengaruh untuk menggunakan *shopee paylater*. Menurut temuan penelitian oleh Awdes et al. (2022), motivasi hedonis berpengaruh positif pada penggunaan *shopee paylater* pada aplikasi *shopee*. Temuan penelitian tersebut memastikan maka faktor *hedonic motivation* menjadikan bagian unsur yang kuat pada penggunaan *shopee paylater* “beli sekarang bayar nanti”.

Berdasarkan uraian di atas penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya, kebaharuan dari penelitian ini adalah dengan menambah faktor-faktor baru yang mempengaruhi penggunaan *shopee paylater* “beli sekarang bayar nanti”. Pada penelitian ini menambahkan variabel independen yaitu pemahaman ajaran *lawan sastra ngesti mulya* dan *hedonic motivation* terhadap penggunaan *shopee paylater* “beli sekarang bayar nanti”. Sehingga beberapa faktor yang mempengaruhi penggunaan *shopee paylater* “beli sekarang bayar nanti” menjadi topik yang sangat menarik untuk diteliti kembali.

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Theory Of Planned Behavior (TPB)

Teori tindakan beralasan (TRA) diperluas oleh Ajzen & Madden (1986) untuk menciptakan teori perilaku terencana (TPB). Niat adalah gagasan tentang tindakan yang direncanakan untuk mencapai tujuan perilaku, dan teori perilaku terencana ini menekankan pada niat perilaku untuk bertindak sebagai hasil atau konsekuensi dari campuran berbagai keyakinan (Reformasi, 2021). Teori perilaku terencana menurut Ajzen (1991) dalam Darmawan & Pratiwi (2020) merupakan teori belajar yang melihat perilaku seseorang berdasarkan tujuan tertentu dan niat untuk mencapainya. Menurut gagasan ini, pengasuhan seseorang memiliki dampak yang signifikan dalam meramalkan perilakunya. Faktor-faktor utama termasuk kepribadian, kecerdasan, sikap, emosi, dan nilai-nilai kehidupan. Informasi, yang meliputi keahlian, pengetahuan, dan berita dari media, merupakan faktor kedua. Usia, etnis, jenis kelamin, pendapatan, pendidikan, dan agama, merupakan faktor ketiga (Laisa, 2017). Penelitian ini menggunakan teori perilaku terencana karena teori ini mendasari konsep penelitian yang sedang diteliti, yaitu gagasan tentang norma subjektif yang tercermin dalam variabel pemahaman terhadap ajaran *sastra ngesti mulya*.

Unified Theory Of Acceptance and Use Of Technology 2 (UTAUT2)

Venkatesh dkk. (2012) menciptakan *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2 (UTAUT2)* (Onibala et al., 2021). Tujuan dari teori ini adalah untuk menyelidiki bagaimana teknologi baru diterima dan ditantang dalam konteks konsumen. Penelitian ini menggunakan teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2)* karena teori ini membahas motivasi hedonis, sebuah faktor yang mempengaruhi penggunaan *shopee paylater* “beli sekarang bayar nanti”.

Shopee Paylater “Beli Sekarang Bayar Nanti”

Pada prinsipnya, *shopee paylater* adalah metode pelunasan cicilan yang disediakan oleh marketplace, toko online, dan *financial technology (fintech)*. Konsumen dapat membeli di muka dan membayar di akhir secara mencicil dengan periode yang telah disepakati tanpa harus memiliki kartu kredit (Alpha, 2021).

Pemahaman Ajaran Lawan Sastra Ngesti Mulya

Pemahaman ajaran *lawan sastra ngesti mulya* menyiratkan bahwa kecerdasan akan membawa keberuntungan (kesejahteraan) dan pengetahuan akan membawa kemuliaan (Handerson, 2020). Konsep ini membawa kita pada kesimpulan bahwa masyarakat Indonesia

harus dapat mencerdaskan diri mereka sendiri melalui berbagai kesempatan pendidikan dan tidak lagi bergantung pada nilai-nilai numerik yang tidak menjamin kehidupan yang sejahtera (Handerson, 2020).

Hedonic Motivation

Hedonic motivation adalah kegiatan belanja karena konsumen merasakan bahwasanya belanja ini adalah aktivitas yang memesonakan serta menyenangkan (Ratih & Astiti, 2016). *Hedonic motivation* juga dianggapnya jadi bagian unsur pokok ketika memakai fitur pelunasan *shopee paylater* (Panjalu & Mirati, 2022).

Pemahaman Ajaran *Lawan Sastra Ngesti Mulya* Terhadap Penggunaan *Shopee Paylater* “Beli Sekarang Bayar Nanti”

Pengetahuan mengarah pada kemuliaan, dan pengetahuan yang mulia dapat menyelamatkan dunia dan memberantas kebodohan, sesuai dengan pemahaman ajaran *lawan sastra ngesti mulya* (Amelia, 2021). Pemahaman terhadap ajaran *lawan sastra ngesti mulya* selaras dengan teori perilaku terencana, yang merupakan komponen dari norma subjektif dan menyatakan bahwa perilaku seseorang muncul dari tujuan dan alasannya sendiri. Ketika seseorang cerdas dan berpengetahuan luas, mereka seharusnya tidak terpengaruh oleh kemajuan teknologi dan menjadi korban dari dampak negatifnya, seperti menggunakan *shopee paylater*. Artinya, seseorang dengan tingkat pemahaman yang tinggi terhadap ajaran *lawan sastra ngesti mulya* tidak akan terbujuk atau terpengaruh untuk menggunakan *shopee paylater*, begitu juga sebaliknya, seseorang dengan tingkat pemahaman yang rendah akan terpengaruh untuk menggunakan fitur “beli sekarang bayar nanti” pada *shopee paylater*. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis dapat disusun sebagai berikut :

H1: pemahaman ajaran *lawan sastra ngesti mulya* berpengaruh negatif terhadap penggunaan *shopee paylater* “beli sekarang bayar nanti”

Hedonic Motivation Terhadap Penggunaan *Shopee Paylater* “Beli Sekarang Bayar Nanti”

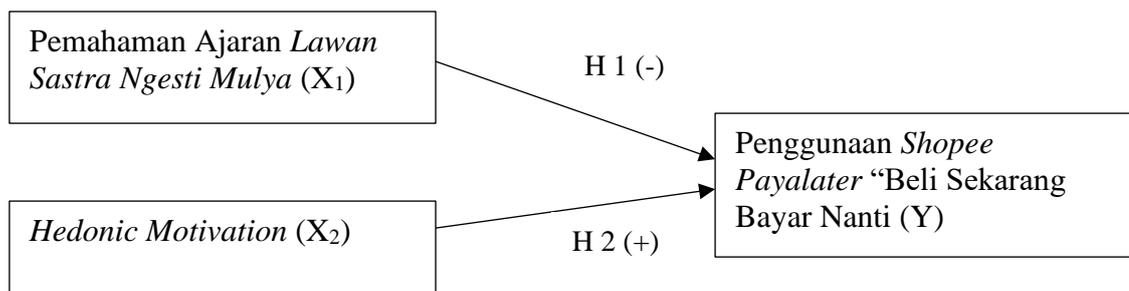
Motivasi hedonis mengacu pada alasan di balik perilaku belanja konsumen, yang berasal dari persepsi mereka bahwa aktivitas tersebut menarik dan menyenangkan (Ratih & Astiti, 2016). Alasan rasional yang mendorong perilaku pembelian konsumen masih didasarkan pada keuntungan (nilai praktis) yang ditawarkan produk. Namun, nilai-nilai lain seperti motivasi emosional atau hedonis juga berdampak pada keputusan pembelian konsumen (Darma & Japarianto, 2014).

Untuk memahami bagaimana pelanggan menerima dan menggunakan teknologi baru, motivasi hedonis dengan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) saling terkait. karena hal itu berkaitan dengan *hedonic motivation*, yang memengaruhi bagaimana *shopee paylater* digunakan. Mahasiswa dengan motivasi hedonis tinggi lebih cenderung menggunakan *shopee paylater*, dan sebaliknya mahasiswa dengan motivasi hedonis rendah tidak terpengaruh menggunakan *shopee paylater* “beli sekarang bayar nanti”. Menurut penelitian Eviana & Saputra (2022), minat untuk menggunakan *shopee paylater* dipengaruhi secara positif oleh *hedonic motivation*. Berdasarkan pernyataan sebelumnya, hipotesis dapat disusun sebagai berikut :

H2: *Hedonic motivation* berpengaruh positif terhadap penggunaan *shopee paylater* “beli sekarang bayar nanti”.

Kerangka Pikir penelitian

Hubungan antara variabel independen dan dependen dijelaskan oleh kerangka kerja penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana pengaruh pemahaman ajaran *lawan sastra ngesti mulya* dan *hedonic motivation* dengan penggunaan *shopee paylater* “beli sekarang bayar nanti”. Dengan demikian, berikut ini dapat digunakan untuk mengkarakterisasi kerangka kerja skematik penelitian ini:



Gambar 1 Kerangka Penelitian

Penelitian ini menunjukkan bagaimana variabel independen dan dependen berhubungan, berdasarkan gambar kerangka penelitian di atas. Penelitian ini menjelaskan mengenai pengaruh pemahaman ajaran *lawan sastra ngesti mulya* dan *hedonic motivation* terhadap penggunaan *shopee paylater* “beli sekarang bayar nanti”.

Pemahaman ajaran *lawan sastra ngesti mulya* berpengaruh negatif terhadap penggunaan *shopee paylater* “beli sekarang bayar nanti”. Hal ini terjadi karena mahasiswa tidak akan terpengaruh untuk menggunakan *shopee paylater* “beli sekarang bayar nanti”, jika mahasiswa memiliki pemahaman yang kuat tentang ajaran *lawan sastra ngesti mulya*.

Motivasi hedonis berpengaruh positif terhadap penggunaan *shopee paylater* “beli sekarang bayar nanti”. Hal ini terjadi karena mahasiswa dengan motivasi hedonis yang kuat lebih mungkin terpengaruh untuk menggunakan *shopee paylater* “beli sekarang bayar nanti” karena mereka akan merasa senang melakukannya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memiliki desain kuantitatif deskriptif. Dengan menganalisis hubungan antar variabel penelitian, penelitian kuantitatif merupakan teknik untuk menguji teori-teori tertentu (Creswell, 2016). Dengan menggunakan skala pengukuran tertentu, seperti skala nominal, ordinal, interval, dan rasio, peneliti berusaha mengumpulkan data dalam bentuk angka dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Data tersebut diolah dengan menggunakan rumus-rumus kerja statistik dan berasal dari variabel-variabel yang telah dioperasionalkan (Indrawan & Yaniawati, 2016). Penelitian ini meneliti bagaimana *shopee paylater* “beli sekarang bayar nanti” dipengaruhi oleh variabel *hedonic motivation* dan pemahaman terhadap ajaran *lawan sastra ngesti mulya*. Sebanyak 104 mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta menerima kuesioner.

DEFINISI OPERASIONAL DAN INDIKATOR VARIABEL PENELITIAN

Pada penelitian ini memakai satu variabel terikat dan dua variabel bebas. Variable terikat yang dipakai pada penelitian ini yakni penggunaan *shopee paylater* “beli sekarang bayar nanti”(Y), sedangkan variable bebas pada penelitian ini yakni pemahaman ajaran *lawan sastra ngesti mulya* (X₁) dan *hedonic motivation* (X₂), definisi operasional yang akan dijelaskan

sebagai beriku ini.

Tabel 2 Definisi Operasional dan Indikator Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Kuesioner	+/-
Penggunaan <i>shopee paylater</i> “Beli sekarang Bayar Nanti” (Y)	Penggunaan <i>shopee paylater</i> “beli sekarang bayar nanti” adalah penggunaan sebuah layanan pinjaman online yang tidak memerlukan kartu kredit dan memungkinkan pelanggan guna melakukan pembayaran transaksinya di kemudian hari, baik melalui pembayaran sekaligus ataupun melalui mengangsur (mencicil) (Fitriana & Diharto, 2023)	1. Pemakaian tiap transaksinya (Fitriana & Diharto, 2023).	1. Saya berminat menggunakan <i>shopee paylater</i> “beli sekarang bayar nanti” karena sangat efektif dalam mendukung pembayaran sehari-hari termasuk berbelanja online, tagihan listrik, dan keperluan lainnya.	+
			2. Saya tertarik menggunakan <i>shopee paylater</i> “beli sekarang bayar nanti” karena saya memiliki pilihan untuk memilih masa pembayaran dan cicilan sesuai keinginan saya.	+
		2. Frekuensi pemakaian (Fitriana & Diharto, 2023).	3. Saya berminat menggunakan <i>shopee paylater</i> “beli sekarang bayar nanti” karena memberikan kemudahan dalam hal pemakiannya serta pengaplikasiannya.	+
			4. Saya berminat menggunakan <i>shopee paylater</i> “beli sekarang bayar nanti” karena mudah daripada metode pembayaran lainnya.	+
			5. Saya merasa tertarik untuk menggunakan <i>shopee paylater</i> “beli sekarang bayar nanti” karena segala transaksi pembayaran terasa lebih mudah, sederhana dan praktis.	+
		3. Memudahkan pelunasan (Fitriana & Diharto, 2023).	6. Saya memutuskan menggunakan <i>shopee paylater</i> “beli sekarang bayar nanti” karena memudahkan pembayaran saat belanja.	+
			7. Saya menggunakan <i>shopee paylater</i> “beli sekarang bayar nanti” karena sangat bagus digunakan dalam	+

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Kuesioner	+/-
			bertransaksi sebagai alat pembayaran.	
			8. Saya berminat dan tertarik menggunakan <i>shopee paylater</i> “beli sekarang bayar nanti” karena saya merasa aman saat menggunakannya.	+
			9. <i>Shopee paylater</i> “beli sekarang bayar nanti” tidak bagus digunakan dalam bertransaksi sebagai alat pembayaran.	-
Pemahaman Ajaran <i>Lawan Sastra Ngesti Mulya</i> (X ₁)	Pemahaman ajaran <i>lawan sastra ngesti mulya</i> artinya melalui pengetahuan mencapai kebahagiaan serta dengan ilmu yang tinggi serta mulia dapat menyelamatkan dunia dan menghilangkan ketidaktahuan beserta menghilangkan kebodohan (Amelia, 2021)	1. <i>Lawan</i> , berarti berjuang untuk memiliki pemahaman yang kuat tentang penggunaan <i>shopee paylater</i> .	1. Menurut saya setiap kita wajib untuk paham dan mengetahui dampak dari penggunaan <i>shopee paylater</i> “beli sekarang bayar nanti”. 2. Saya memahami bahwa penggunaan <i>shopee paylater</i> tidak sejalan dengan nilai-nilai ajaran <i>lawan sastra ngesti mulya</i> . 3. Saya harus mencari informasi tambahan atau panduan tentang penggunaan <i>shopee paylater</i> untuk meningkatkan pemahaman saya tentang dampak dari penggunaan <i>shopee paylater</i> .	+
		2. <i>Sastra</i> , berarti ilmu dalam kemampuan mengelola keuangan.	4. Saya merasa memiliki pemahaman dan kemampuan yang kuat tentang prinsip-prinsip dasar pengelolaan keuangan. 5. Saya merasa percaya diri dalam mengelola keuangan pribadi saya. 6. Saya merasa tidak memiliki kemampuan yang kuat tentang	+

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Kuesioner	+/-
			prinsip-prinsip dasar pengelolaan keuangan.	
		3. <i>Ngesti</i> , berarti tujuan untuk sadar terhadap konsekuensi dari penggunaan <i>shopee paylater</i> .	7. Saya sadar bahwa penggunaan <i>shopee paylater</i> “beli sekarang bayar nanti” tidak dapat membantu individu mengatasi keuangan justru malah menjadi beban tambahan. 8. Saya merasa perlu untuk terus meningkatkan kesadaran saya tentang bagaimana penggunaan <i>shopee paylater</i> dapat memengaruhi keuangan saya.	+ +
		4. <i>Mulya</i> , berarti kehormatan manusia yang dapat menghindari jebakan utang.	9. Saya bisa cermat dalam mengevaluasi tawaran kredit atau utang yang ditawarkan kepada saya. 10. Saya merasa bahwa menghindari utang adalah wujud dari kehormatan dan tanggung jawab dalam mengelola keuangan.	+ +
<i>Hedonic Motivation (X₂)</i>	<i>Hedonic motivation</i> menekankan pada wawasan (pengalaman) belanja jadi hiburan yang membahagiakan sebab aktivitas yang membahagiakan condong di ulang (Aji et al., 2019).	1. <i>Adventure shopping</i> . (Aji et al., 2019)	1. saya merasa senang dan memiliki pengalaman spesial ketika saya membeli suatu produk menggunakan <i>shopee paylater</i> “beli sekarang bayar nanti” 2. Proses berbelanja di <i>shopee</i> membuat saya senang. 3. Bagi saya belanja adalah petualangan. 4. Saya sering membagikan pengalaman berbelanja saya di media sosial.	+ + + +

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Kuesioner	+/-
			5. Proses berbelanja menggunakan <i>shopee paylater</i> “beli sekarang bayar nanti” tidak membuat saya senang.	-
		2. <i>Gratification shopping</i> (Aji et al., 2019)	6. Saya berbelanja menggunakan <i>shopee paylater</i> “beli sekarang bayar nanti” untuk menghilangkan stres.	+
			7. Ketika saya sedang stres, berbelanja menggunakan <i>shopee paylater</i> “beli sekarang bayar nanti” membuat <i>mood</i> saya lebih baik.	+
			8. menurut saya berbelanja menggunakan <i>shopee paylater</i> “beli sekarang bayar nanti” tidak menghilangkan stres	-
		3. <i>Role shopping</i> (Aji et al., 2019)	9. Saya suka berbelanja untuk orang lain karena ketika mereka merasa bahagia, saya juga akan turut merasa bahagia.	+
			10. Saya menikmati berbelanja untuk keluarga dan teman-teman saya.	+
			11. Saya sangat menikmati berbelanja untuk mendapatkan hadiah yang sempurna untuk seseorang.	+

POPULASI, SAMPEL, DAN TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL

Menurut Sugiyono (2017), populasi adalah sekelompok item atau individu yang telah diidentifikasi berdasarkan sifat dan atribut yang sama dalam suatu pengaturan tertentu. Mahasiswa yang menggunakan *shopee paylater* dari semua universitas di Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan populasi penelitian ini. Mayoritas mahasiswa sekarang sudah mengenal dan menggunakan *shopee paylater*, oleh karena itu mereka dipilih. Dengan demikian, partisipan

dalam penelitian ini adalah mahasiswa Daerah Istimewa Yogyakarta. Untuk mengumpulkan data dalam jumlah besar, teknik pengambilan sampel penelitian ini memakai teknik *snowball sampling*, melibatkan pembuatan kuesioner dalam bentuk *google form* yang kemudian dikirim ke responden untuk mendapatkan data yang banyak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

**Hasil Uji Kualitas Data
Uji Validitas**

Tabel 3 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Pemahaman <i>ajaran lawan sastra ngesti mulya</i> (X ₁)	X1.1	0,342	0,192	Valid
	X1.2	0,695	0,192	Valid
	X1.3	0,611	0,192	Valid
	X1.4	0,755	0,192	Valid
	X1.5	0,652	0,192	Valid
	X1.6	0,652	0,192	Valid
	X1.7	0,671	0,192	Valid
	X1.8	0,559	0,192	Valid
	X1.9	0,734	0,192	Valid
	X1.10	0,654	0,192	Valid
<i>Hedonic motivation</i> (X ₂)	X2.1	0,878	0,192	Valid
	X2.2	0,727	0,192	Valid
	X2.3	0,737	0,192	Valid
	X2.4	0,803	0,192	Valid
	X2.5	0,704	0,192	Valid
	X2.6	0,893	0,192	Valid
	X2.7	0,912	0,192	Valid
	X2.8	0,762	0,192	Valid
	X2.9	0,783	0,192	Valid
	X2.10	0,657	0,192	Valid
	X2.11	0,797	0,192	Valid
Penggunaan <i>shopee paylater</i> “beli sekarang bayar nanti” (Y)	Y1.1	0,906	0,192	Valid
	Y1.2	0,942	0,192	Valid
	Y1.3	0,952	0,192	Valid
	Y1.4	0,952	0,192	Valid
	Y1.5	0,946	0,192	Valid
	Y1.6	0,959	0,192	Valid
	Y1.7	0,943	0,192	Valid
	Y1.8	0,943	0,192	Valid
	Y1.9	0,836	0,192	Valid

Uji validitas dipakai guna menguji apakah suatu kuesioner sah atau tidak. Dalam penelitian ini pengolahan data kuesioner memakai software IBM SPSS *Statistics* versi 25. Temuan uji validitas seluruh item pernyataan yang telah teruji validitasnya mempunyai r hitung > r tabel. Total datanya yang dipakai pada penelitian tersebut guna mengujinya validitas yakni 104 responden, melalui taraf signifikansinya 0,05 (5%) adalah 0,192 menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan kusioner dikatakan valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Pemahaman ajaran <i>lawan sastra ngesti mulya</i> (X ₁)	0,824	Reliabel
2	<i>Hedonic motivation</i> (X ₂)	0,932	Reliabel
3	Penggunaan <i>shopee paylater</i> “beli sekarang bayar nanti” (Y)	0,974	Reliabel

Uji reliabilitas dilaksanakan melalui maksud guna mentaksir tingkatan konsistensinya pada jawaban seseorang atas butir-butir kuesioner. Butir-butir pernyataan disebutkan reliabel apabila skor *cronbach's alpha* dari tiap variabel > 0,06. Penelitian ini menghasilkan uji reliabilitas dengan skor *cronbach's alpha* > 0,06 maka kesimpulan adalah seluruh variabel dikatakan reliabel.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

Tabel 5 Hasil Uji Normalitas One-sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			104
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		,0000000
	Std. Deviation		,01585855
	Most Extreme Difference	Absolute positive	,077
	Negative	,062	
Komogorov-Smirnov Z			-,077
Asymp. Sig. (2-tiled)			,141 ^c

Uji normalitas dimaksud guna menilai apakah pada desain regresi kedua variabel yaitu terikat serta bebas mempunyai distribusi wajar ataupun tidak, melalui memakai taraf signifikansinya > 0,05. Dalam penelitian tersebut menghasilkan skor Asymp. Sig. (2-tiled) besarnya 0,141 yang menunjukkan bahwasanya skor signifikansi rlebih besarnya daripada 0,05 atau skor signifikansi 0,141 > 0,05 jadi bisa diambil simpulan maka penelitian ini distribusinya normal.

Hasil Uji Heteroskedasitas

Tabel 6 Hasil Uji Heteroskedasitisitas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coeffients		Standardized Coeffients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
1 (cosntant)	10,680	2,560		4,172	,000
Pemahaman ajaran <i>lawan sastra ngesti mulya</i> (X ₁)	0,12	0,89	0,17	,132	,895
<i>Hedonic motivation</i> (X ₂)	-,107	,069	-,315	-1,538	,127

Uji heteroskedasitas digunakan guna mendapati apakah dalam desain regresi ada varians yang tidak sama antar variabel (Ghozali, 2018). Pada temuan uji Glejser yang sudah dilaksanakan diraih temuan untuk variabel pemahaman ajaran *lawan sastra ngesti mulya* dengan skor signifikansinya 0,895 > 0,05. Sedangkan untuk variabel *hedonic motivation*

dengan skor signifikansi besarnya $0,127 > 0,05$. Dari kedua hasil ini bisa disimpulkan bahwasanya variabel pemahaman ajaran *lawan sastra ngesti mulya* dan *hedonic motivation* tidak terjadi heteroskedasitas.

Hasil Uji Multikolonieritas

Tabel 7 Hasil Uji Multikolinearitas Coefficients^a

Model	Collinearty statistisc	
	Tolerance	VIF
1 Pemahaman ajaran <i>lawan sastra ngesti mulya</i> (X ₁)	,210	4,772
<i>Hedonic motivation</i> (X ₂)	,210	4,772

Uji multikolineritas tujuannya adalah guna menguji apakah desain regresi mempunyai tautan atau korelasi yang tertinggi antara variable independen (Ghozali, 2017). Berdasarkan uji multikolineritas yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa variabel pemahaman ajaran *lawan sastra ngesti mulya* dan *hedonic motivation* sama-sama menunjukkan skor *Tolerance* besarnya $0,210 > 0,10$ serta skor VIF $4,772 < 10$. Bahwa bisa di simpulkan dalam penelitian ini multikolineritas antar variabel tidak terlaksana atau tidak terjadi.

Hasil Pengujian Hipotesis

Hasil Uji F

Tabel 8 Hasil Uji F

Model		Sum Of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regresion	9470,982	2	4735,491	197,606	<,001 ^b
	Residual	2420,393	101	23,964		
	Total	11891,375	103			

Berlandaskan temuan uji F yang sudah dilaksanakan dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa signifikansi pemahaman ajaran *lawan sastra ngesti mulya* dan *hedonic motivation* terhadap penggunaan *shopee paylater* “beli sekarang bayar nanti” sebesar $< 0,001$. Hal ini menunjukkan bahwa skor sig F $< 0,001$ dan skor F hitung sebesar $197,606 > F$ tabel 3,09. bahwa penelitian ini memiliki pengaruh signifikan dan dapat dikatakan *Fit*.

Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R²)

Tabel 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,892 ^a	,796	,792	4,895

Berdasarkan data pada tabel menunjukkan bahwa skor Adjusted R Square besarnya 0,792 ataupun 79,2% dari variabel penggunaan *shopee paylater* dipengaruhi oleh pemahaman ajaran *lawan sastra ngesti mulya* dan *hedonic motivation*. Sehingga 79,2% variabel penggunaan *shopee paylater* serta tersisa 20,8% dipengaruhi oleh faktor diluar penelitian ini.

Hasil Uji T

Tabel 10 Hasil Uji T

Model		Unstandarized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficient Beta		
1	(Constant)	3,609	3,758		,960	,338
	X1	-,193	,112	-,100	-1,727	,087
	X2	,929	,057	,953	16,384	< ,001

Berdasarkan uji T dalam tabel tersebut guna mengujinya hipotesis pertama, telah diperoleh hasil bahwa nilai signifikansi pemahaman ajaran *lawan sastra ngesti mulya* sebesar $0,087 > 0,05$ serta skor koefisien beta dengan arah negatif sebesar $-1,727$. Bisa disimpulkan hipotesis pertama yang menyatakan pemahaman ajaran *lawan sastra ngesti mulya* berpengaruh negatif terhadap penggunaan *shopee paylater* “beli sekarang bayar nanti” **ditolak**.

Pengujian hipotesis kedua, telah diperoleh hasil bahwa nilai signifikansi *hedonic motivation* besarnya $< 0,001$ serta skor koefisien beta dengan arah positif besarnya $16,384$. Dapat disimpulkan hipotesis kedua yang menyatakan *hedonic motivation* berpengaruh positif terhadap penggunaan *shopee paylater* “beli sekarang bayar nanti” **diterima**.

PEMBAHASAN

Pemahaman Ajaran *Lawan Sastra Ngesti Mulya* Terhadap Penggunaan *Shopee Paylater* “Beli Sekarang Bayar Nanti”

Hasil dari penelitian ini bertujuan untuk menentukan apakah pemahaman tentang ajaran *lawan sastra ngesti mulya* berpengaruh terhadap penggunaan *shopee paylater* “beli sekarang bayar nanti”. Hipotesis pertama ditolak, sesuai dengan hasil uji T yang telah dilakukan sebelumnya, yang mendukung hal ini. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa pemahaman seseorang terhadap ajaran *lawan sastra ngesti mulya* tidak berpengaruh terhadap penggunaan *shopee paylater* “beli sekarang bayar nanti”. Artinya hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa dengan pemahaman ajaran *lawan sastra ngesti mulya* yang tinggi tidak memiliki pengaruh untuk menggunakan *shopee paylater* “beli sekarang bayar nanti”. Mahasiswa yang memiliki keterampilan manajemen keuangan, pemahaman tentang penggunaan *shopee paylater*, sadar terhadap konsekuensi dari dampak penggunaan *shopee paylater* dan juga memiliki kehormatan yang dapat menghindari jebakan utang.

Mayoritas responden yang menjawab setuju pada pernyataan “saya memahami bahwa penggunaan *shopee paylater* tidak sejalan dengan nilai-nilai ajaran *lawan sastra ngesti mulya*”. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pemahaman mahasiswa, tinggi atau rendah tentang ajaran *lawan sastra ngesti mulya* tidak menunjukkan bahwa niat mahasiswa untuk terpengaruh menggunakan *shopee paylater* “beli sekarang bayar nanti”. Teori perilaku terencana (TPB), yang menyatakan bahwa perilaku didorong oleh tujuan dan motivasi pribadi yang tercermin dalam norma subyektif, juga bertentangan dengan hasil penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman mahasiswa terhadap ajaran *lawan sastra ngesti mulya* tidak memberikan mereka keinginan atau kemauan untuk terpengaruh oleh teknologi, seperti *shopee paylater* “beli sekarang bayar nanti”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman ajaran *lawan sastra ngesti mulya* tidak berpengaruh terhadap penggunaan *shopee paylater* “beli sekarang bayar nanti”.

***Hedonic Motivation* Terhadap Penggunaan *Shopee Paylater* “Beli Sekarang Bayar Nanti”**

Berdasarkan hasil uji hipotesis kedua, *hedonic motivation* berpengaruh positif terhadap penggunaan *shopee paylater* “beli sekarang bayar nanti”. Hasil uji T yang telah dilakukan sebelumnya yang menunjukkan hipotesis kedua diterima memberikan dukungan terhadap hal

tersebut. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa *hedonic motivation* berpengaruh positif terhadap penggunaan *shopee paylater* “beli sekarang bayar nanti”. Karena aktivitas yang menyenangkan kemungkinan besar akan diulangi, motivasi hedonis menekankan pengalaman berbelanja sebagai bentuk hiburan yang menyenangkan (Aji *et al.*, 2019). Banyaknya responden yang menyatakan sangat setuju dengan pernyataan “proses belanja di *shopee* membuat saya senang”. Artinya, mahasiswa dengan motivasi hedonis yang tinggi akan terpengaruh untuk menggunakan *shopee paylater* “beli sekarang bayar nanti” karena mereka memiliki pengalaman pembelian yang menyenangkan.

Selain itu, penelitian ini konsisten dengan teori terpadu penerimaan dan penggunaan teknologi 2 (UTAUT2), yang memiliki satu komponen yang berfokus pada pemeriksaan bagaimana pelanggan menerima dan menggunakan teknologi baru. Seseorang dengan tingkat motivasi hedonis yang tinggi kemungkinan besar akan menggunakan “beli sekarang bayar nanti” di *shopee*. Motivasi hedonis, atau kesenangan yang diperoleh dari penggunaan suatu teknologi atau sistem, telah terbukti menjadi faktor penting dalam menentukan penerimaan dan penggunaan teknologi. Motivasi hedonis mencakup tiga dimensi. Yang pertama adalah kesenangan (*pleasure*), yaitu derajat kesenangan yang diperoleh dengan memanfaatkan teknologi. Faktor selanjutnya adalah *enjoyment* yang mengukur seberapa besar pengguna dapat menikmati diri mereka sendiri selama menggunakan teknologi, disusul dengan *entertain* yang mengukur seberapa besar pengguna dapat terhibur dengan memanfaatkan sistem atau teknologi tersebut (Nurfitriyani, 2020). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Eviana & Saputra (2022) dan Panjalu & Mirati (2022) yang menemukan bahwa motivasi hedonis berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *shopee paylater*.

PENUTUP

Penelitian ini menyimpulkan bahwa motivasi hedonis berpengaruh positif terhadap penggunaan *shopee paylater* “beli sekarang bayar nanti”, sedangkan pemahaman ajaran *lawan ngesti mulya* tidak berpengaruh terhadap penggunaan *shopee paylater* “beli sekarang bayar nanti”. Melalui penyebaran kuesioner dalam bentuk *google form* melalui pesan *whatsapp*, diperoleh 104 responden yang dapat diolah untuk penelitian ini, yang menggunakan sampel mahasiswa yang kuliah di Daerah Istimewa Yogyakarta. Prosedur pengambilan sampel memakai teknik *snowball sampling* digunakan untuk mengumpulkan sampel untuk penelitian ini, dan analisis linier berganda dilakukan menggunakan IBM SPSS versi 25.

Temuan penelitian ini diyakini akan memungkinkan mahasiswa untuk lebih memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan *shopee paylater*, sebuah layanan “beli sekarang bayar nanti”. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, *hedonic motivation* merupakan faktor yang terbukti berpengaruh positif memotivasi mahasiswa untuk menggunakan *shopee paylater* “beli sekarang bayar nanti”. Hal ini bertujuan agar dengan mengkaji pengaruh-pengaruh ini, mahasiswa akan memperoleh pemahaman tentang potensi dampak penggunaan “beli sekarang bayar nanti” dari *shopee paylater* dan membantu mengurangi penggunaan fitur ini secara berlebihan.

Peneliti selanjutnya sebaiknya mempertimbangkan untuk memasukkan atau mengganti variabel seperti kebiasaan dan dampak sosial Syabanah (2022) dan Awdes *et al.* (2022), sebagai variabel dari penelitian ini, seperti yang disarankan oleh peneliti berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang diambil dari penelitian ini. Penelitian selanjutnya harus dapat mengambil sampel yang lebih besar, tidak hanya mencakup mahasiswa Yogyakarta tetapi juga seluruh masyarakat dan mungkin seluruh Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, R. B. H., Welsa, H., & Kurniawan, I. S. (2019). Pengaruh Hedonic Motivation Terhadap Social Media Product Browsing Dan Dampaknya Terhadap Purchase Intention Pada Mahasiswa Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta. *Manajemen Dewantara*, 3(2), 262–276. <https://doi.org/10.26460/md.v3i2.6024>
- Amelia, V. H. I. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Fitur Spaylater Pada Aplikasi Shopee Dan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Konsumtif. *Universitas Islam Indonesia*, 1–124. <https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/31330>
- Awdes, O. A., Surya, F., & Zahara. (2022). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Penggunaan Fitur PayLater pada Aplikasi Shopee (Spaylater) Dengan Model Utaut2. *Jurnal Accounting Information System, Taxes and Auditing*, 1(2), 104–111.
- Creswell. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Deskriptif Lengkap*. Irfan Malik A. <https://www.pengetahuanku13.net/2019/06/metode-penelitian-kuantitatif.html>
- Eviana, V., & Saputra, A. J. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Penggunaan Sistem Pembayaran Pay Later. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(1), 1968–1977.
- Fitriana, B. A., & Diharto, A. K. (2023). Pengaruh Shopee Paylater, Voucher Ongkos Kirim Dan Flash Sale Aplikasi Shopee Terhadap Keputusan Pembelian. *Doctoral Dissertation, Uin Surakarta*.
- Ghozali. (2017). *Memahami Uji Multikolinearitas Dalam Model Regresi*. Binus University School Of Accounting. <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/06/memahami-uji-multikolinearitas-dalam-model-regresi/>
- Ghozali. (2018). *Memahami Uji Heteroskedastisitas Dalam Model Regresi*. Binus University School Of Accounting. <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/06/memahami-uji-heteroskedastisitas-dalam-model-regresi/>
- Handerson, R. N. (2020). *Back To Taman Siswa* (2). <https://www.gurusiana.id/read/roynhanderson/article/back-to-taman-siswa-2-2295015>
- Indonesia, B. (2020). *Mengenal Financial Teknologi*. <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/mengenal-Financial-Teknologi.aspx>
- Indrawan, & Yaniawati. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif: Pengertian, Karakteristik & Jenis*. Serupa.Id. <https://serupa.id/metode-penelitian-kuantitatif-pengertian-karakteristik-jenis/#:~:text=Pendekatan kuantitatif adalah upaya peneliti untuk mengumpulkan data,dan ratio %28Indrawan %26 Yaniawati%2C 2016%2C hlm. 141%29.>
- Kurniawan, T. A., Wardani, D. K., & Widhayati, L. (2019). Pengaruh Keberterimaan Layanan Peer To Peer Lending Kepada Umkm Sebagai Pengguna Dengan Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (Tam). *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 5(2), 151–160. <https://doi.org/10.29303/jseh.v5i2.59>
- Nizar, M. A. (2020). Financial Technology (Fintech): It ' s Concept and Implementation in Indonesia. *Munich Personal RePEc Archive*, 5(98486), 4–10.
- Nurfitriyani, S. J. (2020). *Mengenal Utaut2 sebagai Salah Satu Technology Acceptance*. Binus University School Of System. <https://sis.binus.ac.id/2020/07/20/mengenal-utaut2->

sebagai-salah-satu-technology-acceptance/

- Nurlaela, E. (2023). *Survei: Pengguna Paylater di Indonesia Didominasi Milenial*. PT Kumparan Harapan Baru (Millennial). <https://kumparan.com/millennial/survei-pengguna-paylater-di-indonesia-didominasi-milenial-21UOfPct8nt/full>
- Ojk. (2016). *Faq Fintech Lending*. OJK Otoritas Jasa Keuangan. https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/direktori/fintech/Documents/FAQ_Fintech_Lending.pdf
- Pahlevi, R. (2022). *Apjii: Penetrasi Internet Indonesia Capai 77,02% pada 2022*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/10/apjii-penetrasi-internet-indonesia-capai-7702-pada-2022>
- Panjalu, D. A., & Mirati, E. (2022). Analisis Pengaruh Minat Pengguna Fitur PayLater pada Aplikasi Shopee. *Prosiding Snam Pnj*.
- Ratih, I. A. T., & Astiti, D. P. (2016). Pengaruh Motivasi Hedonis Dan Atmosfer Toko Terhadap Pembelian Impulsif Pada Remaja Putri Di Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 3(2), 209–219. <https://doi.org/10.24843/jpu.2016.v03.i02.p04>
- Sugiyono. (2017). *Populasi dan Sampel Penelitian (Pengertian, Proses, Teknik Pengambilan dan Rumus)*. KajianPustaka. <https://www.kajianpustaka.com/2020/11/populasi-dan-sampel-penelitian.html>
- Syabanah, A. L. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Social Influence, Dan Religiusitas Terhadap Penggunaan Paylater (Studi Kasus Pada Pengguna Shopee Paylater Di Jawa Barat)*. Universitas Siliwangi.
- Umaningsih, W. P., & Wardani, D. K. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan E-Money. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi*, 21, 113–119. <https://doi.org/10.29407/jae.v5i3.14057>
- Wardani, D. K., & Rahayu, P. (2020). Pengaruh E-Commerce, Tarif Pajak Terhadap Penggelapan Pajak. *Jae (Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi)*, 5(1), 43–49. <https://doi.org/10.29407/jae.v5i1.13915>