

Pengaruh Literasi Keuangan, Kemudahan, Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Shopee Paylater Dimoderasi Gaya Hidup Islami

Innaya Qhairunisa¹, Edi Cahyono²

^{1,2}Universitas Islam Negeri Salatiga

E-mail: Innayaqhairunisa@gmail.com¹, Edi.cahyono@uinsalatiga.ac.id²

Article History:

Received: 26 Juni 2024

Revised: 18 Juli 2024

Accepted: 21 Juli 2024

Keywords:

Literasi Keuangan, Kemudahan, Persepsi Risiko, Keputusan Menggunakan, Gaya Hidup Islami

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris tentang literasi keuangan, kemudahan, dan persepsi risiko terhadap keputusan menggunakan. Penelitian ini juga memberikan bukti empiris tentang gaya hidup Islami sebagai variabel moderasi yang memoderasi pengaruh literasi keuangan, kemudahan, dan persepsi risiko terhadap keputusan menggunakan. Penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel teknik purposive sampling. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 109 orang responden yang diambil dari populasi generasi z dengan tahun kelahiran 1995-2006 di Kota Salatiga, dengan beberapa kriteria yang ditentukan. Analisis data dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan metode regresi linier berganda dan data tersebut kemudian diolah menggunakan program SPSS 25.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan dengan nilai signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$. Persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan dengan nilai signifikansi sebesar $0,043 < 0,05$. Penelitian ini juga menghasilkan literasi keuangan, kemudahan, dan persepsi risiko terhadap keputusan menggunakan yang dimoderasi oleh gaya hidup Islami berpengaruh positif dan signifikan dengan masing-masing memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

PENDAHULUAN

Era revolusi industri ke empat merupakan suatu masa yang menghubungkan teknologi satu ke teknologi lainnya yang mempermudah masyarakat untuk mengakses sesuatu dalam situasi dan kondisi apapun itu Hidayanti *et al.*, (2023). Industri 4.0 mendorong perkembangan dunia bisnis berbasis digital, yaitu *fintech*. *Fintech* adalah sistem keuangan yang menggunakan teknologi digital untuk memproduksi barang atau layanan. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) memiliki 144 perusahaan terdaftar di sektor *fintech*. Saat ini jenis *fintech* pembayaran sangat

digemari masyarakat Indonesia. Hal ini ditandai dengan munculnya sistem pembayaran *paylater* yang semakin memudahkan masyarakat bertransaksi dalam belanja online di *e-commerce* (Prayusi & Ingriyani, 2023).

Perkembangan *e-commerce* diiringi dengan adanya beberapa marketplace di Indonesia. Dari survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2020) shopee menjadi marketplace tertinggi yang digunakan untuk belanja online sebanyak 27,4% dibandingkan marketplace lainnya. Dalam marketplace Shopee terdapat beberapa metode pembayaran yang disediakan. Salah satunya adalah *Spaylater* yaitu “membeli sekarang membayar kemudian” Dary & Pudjiharjo (2022). Shopee *paylater* merupakan salah satu produk dari perusahaan *fintech peer to peer lending* yaitu PT Lentera Dana Nusantara yang berdiri sejak tahun 2018 dan telah terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) (Dewi & Tarigan, 2022).

Fenomena saat ini yang identik dengan teknologi dan internet yang serba cepat dan mudah membuat *Spaylater* banyak digemari. Menurut survei dari *Research Institute of Socio-Economic Development* (RISED) tahun 2020. Generasi Z di Indonesia 52.06% diantaranya menggunakan *Spaylater* pada aplikasi Shopee. Untuk memenuhi kebutuhan, belanja online pada marketplace menjadi pilihan yang mudah dengan berbagai fitur dan metode pembayaran yang disediakan. Sebelum melakukan keputusan pembelian, konsumen tentunya mempertimbangkan beberapa hal. Antara lain beban biaya yang ditetapkan, faktor kemudahan, faktor keuangan, serta berbagai risiko yang ada (Dary & Pudjiharjo, 2022).

Hidayanti et al., (2023) menjelaskan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Semakin baik pengetahuan mengenai literasi keuangan (*financial literacy*) maka akan semakin baik pula seseorang dalam mengambil keputusan penggunaan keuangannya. Namun, penelitian yang dilakukan Prayusi & Ingriyani (2023) dan Prazadhea & Fitriyah (2023) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap keputusan menggunakan Shopee *paylater*. Maka apabila tingkat literasi keuangan individu meningkat maka semakin rendah penggunaan Shopee *paylater*.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh beberapa studi Saputro & Sudarwanto (2023), Canestren & Saputri (2021), dan Prazadhea & Fitriyah (2023) yang menyatakan bahwa faktor kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan Shopee *paylater*. Karena semakin tinggi tingkat kemudahan penggunaan, maka semakin banyak pula penggunaannya. Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Purnamasari et al., (2021) dan Na'im et al., (2023) yang menyatakan bahwa kemudahan terbukti berpengaruh negatif terhadap keputusan menggunakan Shopee *paylater*.

Dary & Pudjiharjo (2022) dan Canestren & Saputri (2021) menerangkan bahwa persepsi risiko berpengaruh secara positif terhadap keputusan menggunakan *Spaylater*. Dapat diartikan bahwa responden yakni generasi z memang memiliki persepsi risiko, namun mereka telah percaya terhadap marketplace Shopee. Berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi & Tarigan (2022) dan Purnamasari et al., (2021) yang menyatakan bahwa risiko tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan *Spaylater*.

Berdasarkan penelitian terdapat permasalahan pada keputusan menggunakan metode pembayaran Shopee *paylater*. Keputusan menggunakan sangat dipengaruhi oleh empat faktor: budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Bila dilihat dari faktor pribadi, gaya hidup menjadi salah satu aspek yang sangat mempengaruhi proses menggunakan produk atau jasa serta bisa jadi salah satu faktor yang mendorong individu untuk melakukan keputusan menggunakan. Dengan berkembangnya zaman, gaya hidup menjadi suatu hal yang baru dan dapat dijadikan sebagai tren modern, salah satunya adalah gaya hidup muslim (Rizal & Cahyono, 2023).

Penelitian ini akan memberikan alternatif solusi terhadap pola hubungan yang tidak konsisten tersebut. Variabel gaya hidup dikonsepsikan sebagai variabel yang dapat memberikan penjelasan terhadap pola hubungan yang terbentuk. Gaya hidup juga memegang peranan penting dalam menganalisis bagaimana konsumen berperilaku ketika memutuskan untuk melakukan pembelian Saputra & Sudarwanto (2023). Seiring berkembangnya zaman, gaya hidup menjadi hal baru dan dapat dijadikan tren modern, termasuk gaya hidup muslim. Ghani (2020) menjelaskan saat ini banyak masyarakat yang menganggap agama hanya ada di tempat ibadah dan merupakan sesuatu yang sakral yang perlu dilestarikan. Oleh karena itu, gaya hidup islami ini harus diikuti. Gaya hidup islami merupakan suatu kegiatan yang mengikuti ajaran suatu agama agar agama tersebut hidup dalam kehidupan kita sehari-hari .

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas penulis masih melihat adanya gap antara peneliti satu dengan yang lainnya mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian. Penulis memilih generasi z sebagai subjek penelitian dikarenakan generasi z dengan tahun kelahiran 1995-2006 merupakan generasi yang paling sering menggunakan marketplace Shopee terlebih fitur Shopee *paylater*.

METODE PENELITIAN

Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi mengacu pada seluruh kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal menarik yang ingin diselidiki oleh peneliti. itu adalah kelompok orang, peristiwa atau hal-hal menarik yang ingin peneliti simpulkan (berdasarkan pada sampel statistika) Pratama & Cahyono (2021). Dalam penelitian ini, populasi yang dimaksud adalah generasi z dengan tahun kelahiran 1995-2006 di Kota Salatiga.

Sampel merupakan sebagian dari populasi. Penarikan sampel diperlukan jika populasi yang diambil sangat besar, dan peneliti memiliki keterbatasan untuk menjangkau seluruh populasi maka peneliti perlu mendefinisikan populasi target dan populasi terjangkau, kemudian menentukan jumlah sampel dan teknik sampling yang digunakan (Pratama & Cahyono, 2021).

Teknik *purposive sampling* digunakan dalam penelitian ini. Metode ini merupakan suatu metode penentuan sampel dengan mempertimbangkan kriteria tertentu. Jumlah sampel yang dibutuhkan yakni 100-200 sampel dengan pertimbangan agar tingkat ke-akuratan data yang dihasilkan dari populasi jauh lebih baik. Dalam penelitian ini jumlah sampel yang digunakan sebesar 109 sampel. Dengan kriteria pengambilan sampel yaitu:

1. Beragama Islam
2. Gen Z dengan tahun kelahiran 1995-2006
3. Berdomisili di Kota Salatiga
4. Pengguna fitur Shopee *paylater*

Pengukuran Variabel

Literasi Keuangan

Dalam menentukan item pernyataan literasi keuangan, peneliti mengadopsi beberapa pernyataan dari (Putri & Mulatsih, 2022). Peneliti memiliki 4 item pernyataan untuk dijawab responden.

Kemudahan

Dalam menentukan item pernyataan kemudahan, peneliti mengadopsi beberapa pernyataan dari Canestren & Saputri (2021) dan Saputra & Sudarwanto (2023). Peneliti memiliki 4 item pernyataan untuk dijawab responden.

Persepsi Risiko

Dalam menentukan item pernyataan literasi keuangan, peneliti mengadopsi beberapa pernyataan dari Hidayanti, *et al.*, (2023). Peneliti memiliki 4 item pernyataan untuk dijawab responden.

Keputusan Menggunakan

Dalam menentukan item pernyataan literasi keuangan, peneliti mengadopsi beberapa pernyataan Dewi & Tarigan (2020). Peneliti memiliki 4 item pernyataan untuk dijawab responden.

Gaya Hidup Islami

Dalam menentukan item pernyataan literasi keuangan, peneliti mengadopsi beberapa pernyataan dari Rizal & Cahyono (2023). Peneliti memiliki 4 item pernyataan untuk dijawab responden.

Metode Analisis Data

Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrumen penelitian. Pengujian validitas instrumen dalam penelitian kuantitatif biasanya menggunakan Korelasi *Product Moment*, *Exploratory Factor Analysis* (EFA), atau *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). Pengujian validitas instrumen dapat dilakukan dengan bantuan software SPSS maupun AMOS. Kriteria yang umum digunakan untuk mengetahui derajat kevalidan suatu instrumen penelitian adalah nilai *factor loading* yang harus lebih besar atau sama dengan 0.50 (Pratama & Cahyono, 2021).

Uji Reliabilitas

Pratama & Cahyono, (2021) mendefinisikan uji reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu indikator atau instrumen penelitian. Instrumen penelitian dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban responden terhadap pertanyaan yang diberikan konsisten dan stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengetahui kriteria pengujian reliabilitas instrumen penelitian dapat menggunakan bantuan software SPSS atau AMOS. Dengan menggunakan SPSS, kriteria reliabilitas dapat dilihat dari nilai Cronbach Alpha dengan kriteria sebagai berikut:

1. Nilai *Cronbach Alpha* 0.8 – 1.0 dikategorikan memiliki reliabilitas yang baik
2. Nilai *Cronbach Alpha* 0.6 – 0.79 dikategorikan memiliki reliabilitas yang dapat diterima
3. Nilai *Cronbach Alpha* < 0.6 dikategorikan memiliki reliabilitas yang kurang baik.

Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

Uji MRA ialah salah satu uji penelitian yang digunakan untuk mengetahui pengaruh independen terhadap dependen. Variabel moderasi merupakan variabel yang memperlemah atau memperkuat suatu variabel untuk memperhitungkan hasil pengujian yang signifikan. Hasil < 0,05 menunjukkan bahwa variabel moderasi dapat memperkuat variabel lainnya.

Persamaan Regresi:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 \dots \dots \dots H1$$

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 M + \beta_3 X_1 * M \dots \dots \dots H2$$

$$Y = \alpha + \beta_1 X_2 + \beta_2 M + \beta_3 X_2 * M \dots \dots \dots H3$$

$$Y = \alpha + \beta_1 X_3 + \beta_2 M + \beta_3 X_3 * M \dots \dots \dots H4$$

Keterangan:

X1: Literasi Keuangan

X2: Kemudahan
X3: Persepsi Risiko
M : Gaya Hidup Islami
Y : Keputusan Menggunakan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Tabel 1 menampilkan profil responden yaitu generasi z pengguna Shopee *paylater* di Kota Salatiga, dikategorikan dari berdasarkan jenis kelamin dan jenjang usia.

Tabel 1. Profil Responden Penelitian

Kategori	Jumlah	Prosentase
Jenis kelamin		
Laki-laki	24	22.0
Perempuan	85	78.0
Total	109	100
Jenjang usia		
18-20 tahun	23	21.1
21-23 tahun	77	70.6
24-27 tahun	9	8.3
Total	109	100

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2024)

Berdasarkan jenis kelamin, pengguna Shopee *paylater* pada generasi z di Kota Salatiga terdiri dari 22% atau 24 orang laki-laki dan 78% atau 85 orang perempuan. Dapat diambil kesimpulan bahwa jenis kelamin dari pengguna Shopee *paylater* pada generasi z di Kota Salatiga yang dominan adalah perempuan. Sedangkan pengguna Shopee *paylater* pada generasi z di Kota Salatiga berdasarkan jenjang usia yakni pada usia 18-20 tahun sebanyak 23 orang atau 21,1%, jenjang usia antara 21-23 tahun sebanyak 77 orang atau 70,6%, dan jenjang usia antara 24-27 tahun sebanyak 9 orang atau 8,3%. Sehingga dapat disimpulkan pengguna Shopee *paylater* pada generasi z di Kota Salatiga kebanyakan pada usia antara 21-23 tahun sebanyak 77 orang atau 70,6%.

Uji Validitas

Hasil uji validitas butir kuisioner dengan menggunakan metode *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) ditampilkan pada Tabel 2. Dapat disimpulkan bahwa semua butir kuisioner valid karena nilai sig di atas 0.05 dan mengelompok.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Rotated Component Matrix ^a	Component				
	1	2	3	4	5
Literasi Keuangan (X1)					
LK1		.859			
LK2		.827			
LK3		.815			
LK4		.756			
Kemudahan (X2)					
K1		.796			

K2	.863
K3	.811
K4	.732
Persepsi Risiko (X3)	
PR1	.825
PR2	.759
PR3	.664
PR4	.824
Keputusan Menggunakan (Y)	
KM1	.833
KM2	.842
KM3	.882
KM4	.652
Gaya Hidup Islami (M)	
GHI1	.687
GHI2	.796
GHI3	.765
GHI4	.643

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2024)

Uji Reliabilitas

Tabel 3 menyajikan hasil uji reliabilitas. Kesimpulan dari uji tersebut adalah bahwa butir kuisioner reliabel. Hal tersebut berdasarkan nilai *Cronbach Alpha* variabel literasi keuangan (X1) $0,886 > 0,60$, nilai *Cronbach Alpha* variabel kemudahan (X2) $0,889 > 0,60$, nilai *Cronbach Alpha* variabel persepsi risiko (X3) $0,800 > 0,60$, nilai *Cronbach Alpha* variabel keputusan menggunakan (Y) $0,873 > 0,60$ dan nilai *Cronbach Alpha* variabel gaya hidup islami (M) $0,741 > 0,60$.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	CronbachAlpha	Jumlah Pertanyaan	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	0.886	4	Reliabel
Kemudahan (X2)	0.889	4	Reliabel
Persepsi Risiko (X3)	0.800	4	Reliabel
Keputusan Menggunakan (Y)	0.873	4	Reliabel
GayaHidup Islami (M)	0.741	4	Reliabel

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2024)

Uji Regresi

Hasil uji regresi linier berganda untuk membuktikan hipotesis disajikan pada Tabel 4. Berdasarkan tabel tersebut, variabel literasi keuangan memiliki nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ dengan nilai B positif 0.407. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap keputusan menggunakan sehingga H1 ditolak. Variabel kemudahan memiliki nilai signifikansi sebesar $0.003 < 0.05$ dengan nilai B positif 0.286. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan sehingga H2 diterima. Variabel persepsi risiko memiliki nilai signifikansi sebesar $0.043 < 0.05$ dengan nilai B positif 0.146. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap keputusan menggunakan sehingga H3 ditolak.

Variabel gaya hidup islami memiliki nilai signifikansi sebesar $0.002 < 0.05$. Hasil tersebut memenuhi syarat bahwa variabel gaya hidup islami dapat digunakan sebagai variabel moderasi suatu hubungan variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4. Hasil Uji Regresi

Variabel	B	T	Sig
Konstanta	-4.552	-1.972	0.052
Literasi Keuangan (X1)	0.407	4.206	0.000
Kemudahan (X2)	0.286	3.005	0.003
Persepsi Risiko (X3)	0.146	2.056	0.043
Gaya Hidup Islami (M)	0.351	3.253	0.002

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2024)

Tabel 5 menyajikan hasil uji regresi MRA persamaan 1 untuk menguji apakah variabel gaya hidup islami memperkuat/memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan menggunakan.

Tabel 5. Hasil Uji Regresi

Variabel	B	T	Sig
Konstanta	-4.455	-1.761	0.081
Literasi Keuangan (X1)	1.138	6.809	0.000
Gaya Hidup Islami (M)	0.650	4.873	0.000
Interaksi	-0.034	-3.886	0.000

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2024)

Tabel 5 menunjukkan nilai sig variabel interaksi sebesar 0.000, kurang dari 0.05. Hasil uji moderasi variabel gaya hidup islami memperkuat pengaruh variabel literasi keuangan terhadap variabel keputusan menggunakan. Oleh karena itu H4 diterima. Dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa seseorang dengan gaya hidup islami yang tinggi cenderung akan menghindari dalam menggunakan Shopee *paylater* dikarenakan terdapat bunga sehingga ada unsur riba di dalamnya. Untuk itu, seseorang yang memiliki tingkat literasi yang baik dan juga gaya hidup Islami yang tinggi akan enggan memutuskan menggunakan metode pembayaran Shopee *paylater*. dan dapat disimpulkan dari pernyataan diatas bahwa gaya hidup islami dapat memperkuat variabel literasi keuangan pada keputusan menggunakan.

Tabel 6 menyajikan hasil uji regresi MRA persamaan 2 untuk menguji apakah variabel gaya hidup islami memperkuat/memoderasi pengaruh kemudahan terhadap keputusan menggunakan.

Tabel 6. Hasil Uji Regresi

Variabel	B	T	Sig
Konstanta	-13.255	-2.271	0.025
Kemudahan (X2)	1.613	4.397	0.000
Gaya Hidup Islami (M)	1.401	4.818	0.000
Interaksi	-0.075	-4.135	0.000

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2024)

Tabel 6 menunjukkan nilai sig variabel interaksi sebesar 0.000, kurang dari 0.05. Hasil uji moderasi variabel gaya hidup islami memperkuat pengaruh variabel kemudahan terhadap variabel keputusan menggunakan. Oleh karena itu H5 diterima. Dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa menurut pendapat para Ulama, jual beli yang sah ketika diketahui pasti harganya. Adapun Shopee *paylater* ini menawarkan pembayaran menggunakan “beli sekarang bayar nanti” memberikan harga secara pasti dan bisa diketahui pembeli secara mudah. Maka Shopee *paylater* atau dalam pandangan ekonomi Islam sebagai *istijrar* bisa dilakukan apabila memenuhi ketentuan syariah (Mutthaqin, 2023).

Tabel 7 menyajikan hasil uji regresi MRA persamaan 3 untuk menguji apakah variabel gaya hidup islami memperkuat/memoderasi pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan menggunakan.

Tabel 7. Hasil Uji Regresi

Variabel	B	T	Sig
Konstanta	-7.636	-1.682	0.096
Persepsi Risiko (X3)	1.417	4.545	0.000
Gaya Hidup Islami (M)	1.007	4.310	0.000
Interaksi	-0.058	-3.692	0.000

Sumber: Data dilah dengan SPSS (2024)

Tabel 7 menunjukkan nilai sig variabel interaksi sebesar 0.000, kurang dari 0.05. Hasil uji moderasi variabel gaya hidup islami memperkuat pengaruh variabel persepsi risiko terhadap variabel keputusan menggunakan. Oleh karena itu H6 diterima. Dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa tingkat keamanan biodata yang kurang terjamin membuat seseorang dengan gaya hidup Islami yang tinggi cenderung enggan memutuskan menggunakan Shopee *paylater*. Karena jika kita menunggak pembayaran lebih dari tempo yang ditentukan, maka seorang pegawai yang ditugaskan dari pihak Shopee akan memberikan teror ancaman atau bisa juga akan mendatangi rumah kita.

Pembahasan

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Menggunakan

Studi sebelumnya oleh Prazadhea & Fitriyah (2023) menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan untuk menggunakan fitur Shopee *paylater*. Penelitian tersebut mengemukakan bahwa semakin tinggi literasi keuangan seseorang, maka semakin baik pula kemampuannya dalam mengelola keuangan dan mengambil keputusan keuangan secara bijak. Pengguna dengan keuangan rendah melek huruf mungkin lebih rentan terhadap risiko penggunaan layanan bayar belakangan, seperti keterlambatan pembayaran atau penggunaan berlebihan, yang dapat berdampak negatif pada kondisi keuangan mereka.

Diperkuat oleh penelitian Prayusi & Ingriyani (2023) mendapatkan hasil bahwa literasi keuangan dinyatakan berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan Shopee *paylater*. Semakin baik literasi keuangan maka semakin rendah minat untuk menggunakan layanan Shopee *paylater*.

Pengaruh Kemudahan terhadap Keputusan Menggunakan

Hasil penelitian ini memiliki kemiripan dengan penelitian sebelumnya oleh Canestren & Saputri (2021) yang menjelaskan bahwa faktor kemudahan berpengaruh positif dan signifikan

terhadap keputusan menggunakan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kemudahan merupakan teknologi yang mudah untuk dipahami dan digunakan oleh semua kalangan masyarakat. Dimana semakin besar kemudahan yang dirasakan maka keputusan untuk menggunakan juga akan semakin besar.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saputra & Sudarwanto (2023) yakni menyatakan bahwa faktor kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan. Faktor kemudahan mempengaruhi masyarakat untuk bertransaksi secara online menggunakan Shopee. Oleh karena itu, kemudahan dalam menggunakan fitur *paylater* memberikan manfaat efisiensi waktu dan mengurangi kendala dalam melakukan transaksi memakai Shopee *paylater*. Sebagai hasilnya, konsumen lebih memilih melakukan pembelian dengan spontan tanpa mempertimbangkan kebutuhan serta kemampuan pembayaran. Kemudahan dalam memahami fitur tersebut membuat konsumen merasa senang menggunakan Shopee *paylater*.

Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Keputusan Menggunakan

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi & Tarigan (2022) yakni persepsi risiko tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan Shopee *paylater*. Shopee *paylater* memiliki beberapa risiko terhadap pengguna, seperti perilaku konsumtif yang berlebihan, biaya yang tidak disadari, terganggunya pengelolaan keuangan, risiko barang tidak sesuai dengan ekspektasi dan lain sebagainya. Dengan adanya beberapa alasan tersebut memungkinkan orang enggan menggunakan Shopee *paylater*.

Hasil yang sama juga dilakukan oleh penelitian Purnamasari *et al.*, (2021) yang menyatakan bahwa persepsi risiko tidak terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menggunakan. Pada saat pendaftaran pinjaman yang harus mencantumkan data diri sebagai biodata, hal ini menjadikan calon pendaftar menjadi khawatir akan keamanan data diri yang calon pengguna berikan. Dengan ini menjadikan pengguna merasakan dan mengalami munculnya berbagai lapisan risiko dalam hal keputusan menggunakan.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Menggunakan yang dimoderasi oleh Gaya Hidup Islami

Literasi keuangan mengacu pada kemampuan seseorang dalam memahami dan mengelola keuangan secara efektif. Semakin tinggi literasi keuangan seseorang, maka semakin baik pula kemampuannya dalam mengelola keuangan dan mengambil keputusan keuangan secara bijak. Pengguna dengan keuangan rendah melek huruf mungkin lebih rentan terhadap risiko penggunaan layanan bayar belakangan, seperti keterlambatan pembayaran atau penggunaan berlebihan, yang dapat berdampak negatif pada kondisi keuangan mereka (Prazadhea & Fitriyah, 2023).

Menurut ajaran Islam, setiap aspek kehidupan telah diatur sedemikian rupa sehingga setiap individu yang beragama Islam harus dapat menunjukkan hubungannya dengan Allah SWT dalam setiap aspek aktivitasnya. Contohnya seperti: setiap umat Muslim wajib meniatkan segala sesuatu murni karena Allah SWT.

Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup Islami berhubungan dengan kesadaran konsumen akan kebutuhan hidup yang harus sesuai dengan ajaran Islam. Secara umum, gaya hidup syariah adalah ketaatan dan kepatuhan terhadap semua aturan yang ditetapkan oleh Allah, baik dalam konsumsi maupun dalam semua lingkungan hidup. Gaya hidup memiliki kekuatan yang berasal dari aktivitas, minat, dan pendapat seseorang, yang menjadi acuan dalam pengambilan keputusan. Dari sini dapat disimpulkan bahwa gaya hidup Islami berperan penting dalam keputusan

menggunakan fitur Shopee *paylater* (Pratiwi, 2021).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel gaya hidup Islami dapat memperkuat variabel literasi keuangan terhadap keputusan menggunakan Shopee *paylater*. Seseorang dengan gaya hidup Islami yang tinggi cenderung akan menghindari dalam menggunakan Shopee *paylater* dikarenakan terdapat bunga sehingga ada unsur riba di dalamnya. Untuk itu, seseorang yang memiliki tingkat literasi yang baik dan juga gaya hidup Islami yang tinggi akan enggan memutuskan menggunakan metode pembayaran Shopee *paylater*.

Pengaruh Kemudahan terhadap Keputusan Menggunakan yang dimoderasi oleh Gaya Hidup Islami

Faktor kemudahan mempengaruhi masyarakat untuk bertransaksi secara online menggunakan Shopee. Oleh karena itu, kemudahan dalam menggunakan fitur *paylater* memberikan manfaat efisiensi waktu dan mengurangi kendala dalam melakukan transaksi memakai Shopee *paylater*. Sebagai hasilnya, konsumen lebih memilih melakukan pembelian dengan spontan tanpa mempertimbangkan kebutuhan serta kemampuan pembayaran. Kemudahan dalam memahami fitur tersebut membuat konsumen merasa senang menggunakan Shopee *paylater*.

Kebanyakan orang memilih menggunakan fitur Shopee *paylater* karena fitur ini selalu memperhatikan kemudahan yang akan didapat oleh penggunanya. Salah satu cara bisnis untuk menarik perhatian pelanggan adalah dengan memberikan kemudahan dalam hal menggunakan produknya. Contohnya seperti: Seseorang yang berusia 17-25 yang sudah memiliki KTP namun belum memiliki pekerjaan dapat menggunakan layanan *paylater* dan pemberian jangka waktu pelunasan hingga 6 bulan. Sementara itu tingkat keamanan biodata fitur ini juga sudah terjamin. Dengan demikian, pengguna akan menggunakan penilaian mereka untuk membuat keputusan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel gaya hidup Islami dapat memperkuat faktor kemudahan terhadap keputusan menggunakan Shopee *paylater*. Menurut pendapat para Ulama, jual beli yang sah ketika diketahui pasti harganya. Adapun Shopee *paylater* ini menawarkan pembayaran menggunakan “beli sekarang bayar nanti” memberikan harga secara pasti dan bisa diketahui pembeli secara mudah. Maka Shopee *paylater* atau dalam pandangan ekonomi Islam sebagai *istijrar* bisa dilakukan apabila memenuhi ketentuan syariah (Mutthaqin, 2023).

Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Keputusan Menggunakan yang dimoderasi oleh Gaya Hidup Islami

Persepsi adalah kemampuan mempersepsi, memahami, mengamati, mengenali, dan menilai proses-proses lain berdasarkan kemampuan mengingat dan menyesuaikan pengamatan yang dilakukan dengan menggunakan indra seseorang. Sedangkan risiko adalah suatu keadaan yang tidak pasti dimana fenomena yang tidak diinginkan dapat menimbulkan kejadian yang merugikan.

Menurut ajaran Islam, setiap aspek kehidupan telah diatur sedemikian rupa sehingga setiap individu yang beragama Islam harus dapat menunjukkan hubungannya dengan Allah SWT dalam setiap aspek aktivitasnya. Contohnya seperti: Setiap umat Muslim wajib meniatkan segala sesuatu murni karena Allah SWT.

Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup Islami berhubungan dengan kesadaran konsumen akan kebutuhan hidup yang harus sesuai dengan ajaran Islam. Secara umum, gaya hidup syariah adalah ketaatan dan kepatuhan terhadap semua aturan yang ditetapkan oleh Allah, baik dalam

konsumsi maupun dalam semua lingkungan hidup. Gaya hidup memiliki kekuatan yang berasal dari aktivitas, minat, dan pendapat seseorang, yang menjadi acuan dalam pengambilan keputusan. Dari sini dapat disimpulkan bahwa gaya hidup Islami berperan penting dalam keputusan menggunakan Shopee *paylater* (Pratiwi, 2021).

Kebanyakan orang enggan menggunakan fitur Shopee *paylater* karena adanya beberapa risiko yang dapat ditimbulkan. Contohnya seperti: perilaku konsumtif yang berlebihan, biaya yang tidak disadari, risiko barang tidak sesuai dengan ekspektasi dan lain sebagainya. Risiko inilah yang harus menjadi perhatian penting bagi pengguna layanan *paylater*. Dengan demikian, pengguna akan menggunakan penilaian mereka untuk membuat keputusan.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel gaya hidup Islami dapat memperkuat pengaruh faktor persepsi risiko terhadap keputusan menggunakan Shopee *paylater*. Hal ini dikarenakan tingkat keamanan biodata yang kurang terjamin membuat seseorang dengan gaya hidup Islami yang tinggi cenderung enggan memutuskan menggunakan Shopee *paylater*. Karena jika kita menunggak pembayaran lebih dari tempo yang ditentukan, maka seorang pegawai yang ditugaskan dari pihak Shopee akan memberikan teror ancaman atau bisa juga akan mendatangi rumah kita.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris apakah literasi keuangan, kemudahan, dan persepsi risiko berpengaruh terhadap keputusan menggunakan. Penelitian ini juga menguji tentang gaya hidup islami sebagai variabel moderasi yang memoderasi pengaruh literasi keuangan, kemudahan, dan persepsi risiko terhadap keputusan menggunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap keputusan menggunakan Shopee *paylater*, kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan Shopee *paylater*, persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap keputusan menggunakan Shopee *paylater*, gaya hidup islami memperkuat pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan menggunakan Shopee *paylater*, gaya hidup islami memperkuat pengaruh kemudahan terhadap keputusan menggunakan Shopee *paylater*, dan gaya hidup islami memperkuat pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan menggunakan Shopee *paylater*.

Gaya hidup islami yaitu berperilaku baik cenderung memperkuat keputusan menggunakan metode pembayaran Shopee *paylater* karena dari sisi literasi keuangan fitur ini memiliki bunga sehingga terdapat unsur riba didalamnya, dari sisi kemudahan memiliki nilai kemudahan bagi pengguna, dari sisi persepsi risiko fitur ini memiliki tingkat keamanan rendah dibanding yang lain karena tercantumnya biodata pengguna.

Penelitian ini hanya menguji variabel literasi keuangan, kemudahan, persepsi risiko dan gaya hidup islami terhadap keputusan menggunakan. Saran untuk peneliti selanjutnya, pengambilan sampel yang lebih banyak dengan tujuan untuk keakuratan data yang lebih baik, melakukan penelitian yang berkelanjutan, serta memberikan faktor-faktor lain yang dapat membantu konsumen membuat keputusan menggunakan lebih baik lagi. Saran untuk perusahaan supaya keputusan menggunakan Shopee *paylater* oleh pengguna tetap tinggi dan stabil, maka perusahaan harus tetap mempertahankan atau meningkatkan faktor kemudahan yang memberikan efisiensi waktu.

DAFTAR REFERENSI

Canestren, Inggardini Asarila., & Saputri, Marheni Eka. 2021. Pengaruh kepercayaan, Kemudahan, Dan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode

- Pembayaran Shopee *Paylater*. *eProsiding Manajemen*.
- Dary, Riszha Wulan., & Pudjiharjo, M. 2022. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Religiusitas dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan *Spaylater*. *Ieff*, Vol 1 (3). 252-263.
- Dewi, S. K., & Tarigan, A. A. (2020). Pengaruh Religiusitas, Risiko, Penanganan Keluhan Konsumen Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening. *Jmbi Unsrat (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., 9(3), 1544-1560.
- Ghani, M. Z. A., Mohamad, A. D., Abdullah, W. H. W., Yahya, M. A., Don, A. G., Huda, M., & Maselena, A. (2020). *The Moderation of Da'wah in Empowering Islamic Lifestyle. International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 24(1), 239-246. <https://doi.org/10.37200/ijpr/v24i1/pr200126>
- Hidayanti, N., Wiryaningtyas, D. P., & Ariyantiningasih, F. 2023. Pengaruh Literasi Keuangan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee *Paylater* Melalui *Financial Technology* Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Abdurachman Saleh Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (jme)*, Vol 2 (7). 1471-1489.
- Mutthaqin, M. S., Wati, P., & Batubara, C. (2023). Pengaruh *Spaylater* dalam Online Shop terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Muslim di Febi Uinsu. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 8 (2).
- Na'im, Ani., Solikah Puji., & Mawftiq, Raraswati. 2023. Pengaruh Kemudahan dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Paylater Pada *Marketplace* Shopee Pada Mahasiswa Iiq An Nur Yogyakarta. *Quranomic*, Vol 2 (1). 79-101.
- Pratama, A. A. N., & Cahyono, E. (2021). Metodologi penelitian bisnis dengan pendekatan kuantitatif.
- Pratiwi. (2021). *Pengaruh Gaya Hidup Syariah dan Keuntungan Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan Easy Wadiah (Studi Kasus PT. Bsi Kcp Lubuk Pakam Sudirman) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara)*.
- Prayusi, A. D., & Ingriyani, L. (2023, October). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Shopee *Paylater*. In *Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen pnj* (Vol. 4, No. 1).
- Prazadhea, Agha Afiq, dan Fitriyah. 2023. *The Influence Of Financial Literacy, Ease Of Use And Usefulness On The Use Of Shopee Paylater In Malang City Students. Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (Mea)*, Vol. 7 (2). 723-743.
- Purnamasari, RDA, Sasana, H., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi risiko, dan citra merek terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran shopee paylater. *Jurnal Manajemen*, 13 (3), 420-430.
- Putri, S.D., & Mulatsih, L.S. (2022). Pengaruh literasi keuangan terhadap minat menggunakan fintech payment (PayLater) pada Shopee. *Abstract of Undergraduate Research, Faculty of Economics, Bung Hatta University*, 21 (2), 1-2.
- Rahmani, S., Mukhsin, M., & Fakhruddin, M. (2023). Pengaruh Religiusitas, Prinsip Konsumsi, dan Gaya Hidup Islami Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Paylater. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 6 (1), 32-43.
- Saputra, V. R. J., & Sudarwanto, T. (2023). Pengaruh Gaya Hidup. Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Paylater Masyarakat Kota Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (jptn)*, 11 (2), 165-173.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen* (7th ed.). Jakarta: Pt Indeks.

Sutomo, MWRF, & Cahyono, E. (2023). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone di Erafone Salatiga: Peran Gaya Hidup Islami Sebagai Pemoderasi. *Efektif: Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 14 (1 Juni), 97-108.