

Pengaruh Pengaruh Konformitas, Penggunaan Fitur Shopee Paylater Dan Hedonic Shopping Motives Terhadap Perilaku Konsumtif Konsumen Pada Pengguna Shopee Di Kabupaten Kebumen

Eva Hidayaturrohmah

S1 Manajemen Universitas Putra Bangsa

E-mail: evarohmah123@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh Konformitas, Penggunaan fitur shopee Paylater dan Hedonic shopping motives terhadap Perilaku Konsumtif Konsumen pada Pengguna Shopee di Kabupaten Kebumen. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan menggunakan Teknik *nonprobability sampling* dengan jenis Teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Sikap responden diukur dengan skala likert 4 dan data diolah menggunakan alat bantu SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) for windows versi 23.0. Analisis data menggunakan analisis deskriptif, analisis statistik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial Konformitas, Penggunaan fitur shopee Paylater dan Hedonic shopping motives berpengaruh positif signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Secara simultan Konformitas, Penggunaan fitur shopee Paylater dan Hedonic shopping motives berpengaruh positif signifikan terhadap Perilaku Konsumtif

Kata kunci: Konformitas, Penggunaan fitur shopee Paylater, Hedonic shopping motives, Perilaku Konsumtif.

Abstract

This research aims to analyze and determine the effect of Conformity, Use of Shopee Paylater Features and Hedonic shopping motives on Consumer Consumptive Behavior of Shopee Users in Kebumen Regency. The sample in this study was 100 respondents using a nonprobability sampling technique with a purposive sampling technique. Methods of data collection using a questionnaire. Respondents' attitudes were measured using a Likert scale of 4 and data were processed using the SPSS (Statistical Product and Service Solution) tool for windows version 23.0. Data analysis using descriptive analysis, statistical analysis. The results of this research indicate that partially Conformity, Use of Shopee Paylater Features and Hedonic shopping motives have a positive significant effect on Consumptive Behavior. Simultaneously Conformity, Use of Shopee Paylater Features and Hedonic shopping motives have a positive significant effect on Consumptive Behavior

Keywords: Conformity, Use of Shopee Paylater Features, Hedonic shopping motives, Consumptive Behavior.

PENDAHULUAN

Situs belanja online yang terjadi saat ini cukup populer dikalangan masyarakat Indonesia. Salah satu situs belanja online adalah e-commerce. E-commerce (perdagangan elektronik) menurut Adi Nugroho dalam Rehatalanit (2021:63), adalah cara untuk menjual dan membeli barang dan jasa lewat jaringan internet. Pertumbuhan e-commerce di Indonesia semakin meningkat setelah adanya pandemi yang kini telah berlalu. Hampir seluruh masyarakat Indonesia bisa mendaftarkan diri mereka untuk menjadi salah satu dari bagian e-commerce itu sendiri. Hanya dengan memiliki Kartu Tanda Penduduk (KTP) elektronik sudah bisa mendaftarkan diri di salah satu e-commerce di Indonesia. Menurut Kotler & Amstrong dalam Pratama (2022:143) E-commerce adalah saluran online yang dapat dijangkau seseorang melalui komputer, yang digunakan oleh pembisnis dalam melakukan aktivitas bisnisnya dan digunakan konsumen untuk mendapatkan informasi dengan menggunakan bantuan komputer yang dalam prosesnya diawali dengan memberi jasa informasi pada konsumen dalam penentuan pilihan.

Perkembangan e-commerce khususnya shopee semakin tahun mengalami peningkatan sama halnya berarti daya beli konsumen semakin meningkat, dan semakin tingginya perilaku konsumtif masyarakat. Didukung oleh

perkembangan teknologi yang semakin pesat, semakin memudahkan bagi konsumen untuk melakukan pembelian yang berimbas pada perilaku konsumtif. Kemudahan dalam mendapatkan barang yang diinginkan dapat menimbulkan perilaku konsumtif.

Pola hidup yang konsumtif sangat terlihat dari perilaku pembelian masyarakat. Konsumen membeli barang-barang ataupun jasa yang kurang atau tidak diperlukan sehingga sifatnya menjadi berlebihan. Artinya, seseorang menjadi lebih mementingkan faktor keinginan (*want*) daripada kebutuhan (*need*) dan cenderung dikuasai oleh hasrat keduniawian dan kesenangan material semata (Sumartono dalam Nesa, 2014:11). Adapun beberapa factor yang menyebabkan seseorang berperilaku konsumtif adanya pengaruh Konformitas. Konformitas sendiri mempunyai pengaruh yang kuat terhadap tingkah laku Seseorang. Tekanan untuk melakukan konformitas bermula dari adanya aturan-aturan yang telah disepakati bersama dalam kelompok, baik yang tertulis maupun tidak tertulis, yang memaksa individu bertingkah laku yang seharusnya atau yang semestinya (Baron dan Byrne dalam Sarwono dan Eko, 2011).

Konformitas seseorang juga terjadi di daerah Kabupaten Kebumen, seperti fenomena yang terjadi serta informasi dari survei menunjukkan masih adanya indikasi terjadinya konformitas masyarakat yang negatif, seperti

Pengaruh Pengaruh Konformitas, Penggunaan Fitur Shopee Paylater Dan Hedonic Shopping Motives Terhadap Perilaku Konsumtif Konsumen Pada Pengguna Shopee Di Kabupaten Kebumen

adanya tidak ada kemampuan untuk mengolah pengeluaran serta pemasukan. Kemudian hasil penelitian yang dilakukan oleh Mayara, Yuniarrahmah, dan Mayangsari (2016) menunjukkan bahwa konformitas masyarakat yang terjadi karena seseorang kurang percaya diri Dalam sebuah kelompok, maka akan cenderung terpengaruh dengan sikap, cara berbicara, minat, penampilan dan juga perilaku teman-temannya dari pada pengaruh dari keluarganya.

Konformitas merupakan pengaruh dari kelompok sosial yang dapat merubah sikap dan tingkah laku seseorang agar mereka dapat diterima norma sosial yang ada di kelompok yang mereka ikuti. Hal tersebut dapat mempengaruhi seseorang untuk berperilaku konsumtif. Dalam Subagyo (2021), mengatakan bahwa Konformitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Faktor selanjutnya adalah penggunaan fitur shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif pada Shopee. Paylater merupakan salah satu metode pembayaran melalui platform *e-commerce* sehingga platform *e-commerce* tersebut dapat berkembang dalam hal dunia bisnis teknologi finansial atau biasa disebut dengan Fintech. Berdasarkan fenomena.

Meningkatnya tingkat belanja online dengan berbagai pilihan pembayaran terutama Shoppe paylater yang telah disediakan, telah memunculkan pola gaya hidup serta perilaku konsumen yang baru dalam kebiasaan berbelanja online. Berbelanja Online yang semakin memudahkan konsumen dalam menjangkau produk dan menguntungkan. Masyarakat Kebumen menjadi salah satu bagian target pasar dari adanya kemajuan teknologi paylater. Masyarakat Kebumen cenderung memiliki perilaku pengeluaran gaya hidup tinggi. Hiburan seperti menonton, Travelling (pemesanan tiket transportasi) dan Nongkrong (pembelian F&B) yang tinggi. Mengenali kebiasaan berbelanja sangat kompleks seperti pertama, cenderung bersifat sophisticated yang berarti memiliki wawasan luas terhadap teknologi yang sedang berkembang. Kedua, terbuka dengan hadirnya teknologi. Ketiga, merasa bebas atas apa yang diinginkan terhadapkebutuhan, dari kebiasaan tersebut.

Fitur Shopee Paylater makin populer, karena fitur pembayaran Shopee Paylater ini bisa digunakan untuk membayar 'nanti' dan dapat dilakukan pada berbagai macam transaksi mulai dari kebutuhan sehari-hari sampai kebutuhan untuk kesenangan semata saat melakukan transaksi di Shopee. Dengan penggunaan fitur shopee Paylater, semakin mempermudah pelanggan Shopee dalam melakukan pembayaran, karena saat melakukan pembayaran konsumen dapat melunasi pembayaran secara bertahap. Dengan adanya fitur Shopee Paylater dapat membantu mendorong motivasi pembelian barang pada pengguna Shopee. Tidak perlu melakukan pembayaran secara langsung akan tetapi secara bertahap dan menjadikan pengguna Shopee lebih konsumtif.

Selain Penggunaan fitur shopee Paylater, faktor lain yang mempengaruhi Perilaku Konsumtif adalah Hedonic shopping motives. Berdasarkan fenomena yang terjadi pada masyarakat Kebumen hedonic shopping motives dipengaruhi Faktor lingkungan sifat hedonis pada konsumen yang lebih cenderung melakukan pembelian karena perasaan senang sehingga dapat berbelanja secara

berlebihan dan tidak sesuai kebutuhan. Selain itu berbagai pusat perbelanjaan juga dapat menciptakan suasana yang menyenangkan. Belanja menjadi alat pemuas keinginan Pada masyarakat Kebumen akan barang-barang yang sebenarnya tidak mereka butuhkan. Tetapi karena panggung kebutuhan hedonis maka mereka membeli barang- barang tersebut, sehingga perilaku tersebut dapat mendorong konsumen melakukan pembelian barang yang tidak dibutuhkan. Tindakan pembelian didorong adanya motivasi berupa kebutuhan dan keinginan, termasuk pula pembelian tidak terencana yang dapat didorong dengan kebutuhan hedonis. Kebanyakan orang pasti memiliki sifat bahagia dan senang jika sudah berbelanja baik itu secara langsung maupun tidak langsung. Menurut Christina (2014:47), "Seseorang akan senang berbelanja karena orang tersebut merasa mendapatkan kesenangan dan merasa bahwa berbelanja itu adalah sesuatu hal yang menarik. Jadi, motivasi ini didasarkan pada pemikiran yang subjektif atau emosional karena mencakup respons emosional, kesenangan panca indera, mimpi, dan pertimbangan estensis. Gaya hidup masyarakat berubah dalam waktu yang relatif singkat menuju ke arah kehidupan mewah dan cenderung berlebihan yang pada akhirnya menimbulkan pola hidup konsumtif.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Konformitas, Penggunaan fitur shopee Paylater Dan Hedonic shopping motives Terhadap Perilaku Konsumtif Konsumen Pada Pengguna Shopee di Kabupaten Kebumen"**

METODE

Rancangan penelitian ini menggunakan pengujian hipotesis serta jenis penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian adalah masyarakat Kabupaten Kebumen,

dengan teknik sampel jenuh yaitu masyarakat Kabupaten Kebumen yang pernah menggunakan fitur Shopee Paylater dengan total 100. Teknik pengumpulan data yang dilakukan antara lain observasi, wawancara, kuesioner dan studi pustaka. Alat bantu pengolahan data dengan menggunakan Spss for windows versi 23.0 Teknik analisis data dilakukan dengan dua cara yaitu analisis deskriptif dan analisis statistika. Analisis data secara statistika meliputi : uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis, analisis regresi linear berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

Uji validitas dimaksud untuk mengetahui apakah butir- butir pernyataan dalam kuesioner cukup valid sebagai instrument penelitian dengan ketentuan jika hasil r hitungnya lebih besar dari r tabel dengan $\alpha < 0,05$ maka dinyatakan valid. Nilai r tabel pada derajat kebebasan (df) = $n - 2$ atau ($38-2 = 36$) sehingga r tabelnya sebesar 0,196 sehingga dapat disimpulkan

Pengaruh Pengaruh Konformitas, Penggunaan Fitur Shopee Paylater Dan Hedonic Shopping Motives Terhadap Perilaku Konsumtif Konsumen Pada Pengguna Shopee Dikabupaten Kebumen

bahwa semua butir instrument pada kuesioner variabel *Konformitas, Penggunaan Fitur Shopee Paylater Dan Hedonic Shopping Motives Terhadap Perilaku Konsumtif* dinyatakan valid.

2. Uji reabilitas

Menurut Ghazali (2009), reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel konstruk. Berdasarkan hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai cronbach alpha untuk variabel konformitas sebesar 0,764, untuk variabel penggunaan fitur shopee paylater sebesar 0,802, untuk variabel hedonic shopping motives sebesar 0,758 dan untuk variabel perilaku konsumtif sebesar 0,853. Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha yang cukup besar yaitu lebih dari 0,60 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing masing variabel dari kuesioner adalah reliabel.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolonieritas

Uji multikolineritas digunakan untuk menguji apakah persamaan regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas.

Hasil Uji Multikolonieritas

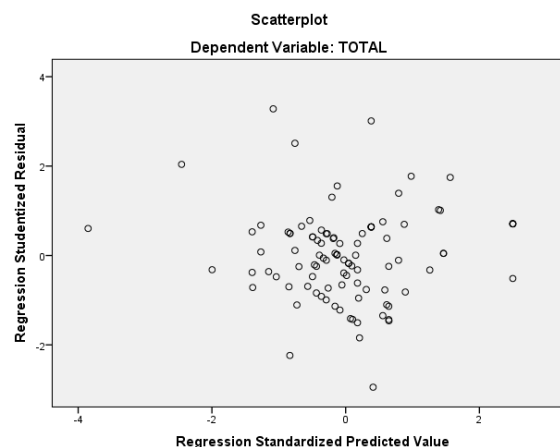
Variabel Depeden	Collonierity Tolerance	Statistic VIF
Konformitas	.552	1,797
Penggunaan	.575	1,738
Fitur Shopee Paylater		
Hedonic Shopping Motives	.475	2,107

Hasil uji multikolineritas menunjukkan semua variabel bebas menunjukkan angka VIF dibawah 10 dan tolerance diatas 0,1. Berarti model regresi yang digunakan dapat dipakai karena tidak terjadi multikolineritas.

2. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model ini regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas menurut Ghazali (2009).

Hasil Uji Heteroskedastisitas

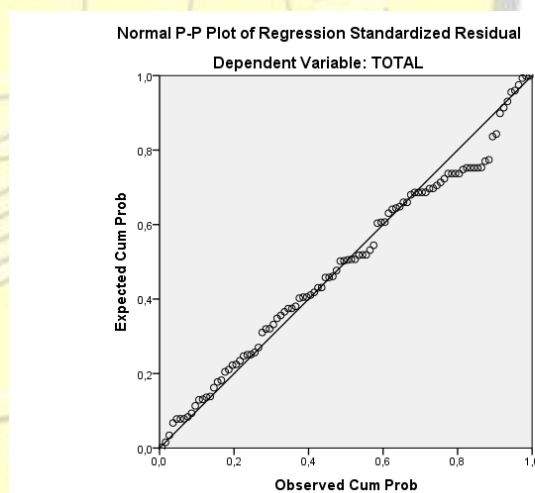


Berdasarkan hasil uji diatas, dapat diketahui bahwa titik menyebar sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Hal tersebut menunjukkan bahwa pola distribusi normal, maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas.

3. Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2018) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.

Hasil uji Normalitas



Berdasarkan gambar uji normalitas terlihat bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal sehingga disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas

dan biasanya merupakan bagian terpanjang dari suatu artikel. Hasil penelitian yang disajikan dalam bagian ini adalah hasil “bersih”. Proses analisis data seperti perhitungan statistik dan proses pengujian hipotesis tidak perlu disajikan. Hanya hasil analisis dan hasil pengujian

Pengaruh Pengaruh Konformitas, Penggunaan Fitur Shopee *Paylater* Dan *Hedonic Shopping Motives* Terhadap Perilaku Konsumtif Konsumen Pada Pengguna Shopee Dikabupaten Kebumen

hipotesis saja yang perlu dilaporkan. Tabel dan grafik dapat digunakan untuk memperjelas penyajian hasil penelitian secara verbal. Tabel dan grafik harus diberi komentar atau dibahas.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisi ini digunakan untuk memenuhi besarnya pengaruh variabel *konformitas*, *penggunaan shopee pa*. Adapun hasil dari perhitungan regresi sebagai berikut

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	1.670	2.288			.730	.467
Konformitas	.759	.181	.385	4.200	.000	
Penggunaan Fitur Shopee Paylater	.376	.170	.200	4.212	.029	
Hedonic Shopping Motives	.486	.177	.274	2.755	.007	

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil output SPSS didapat koefisien regresi sehingga persamaan regresinya dapat disusun sebagai berikut:

$$Y = -1,670 + 0,759X_1 + 0,376X_2 + 0,486X_3 + e$$

Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (uji t)

Penentuan t_{tabel} dengan rumus $df = n - 1 - k$, dimana sampel atau total responden dan k adalah jumlah variabel yang diteliti. Df dalam penelitian ini yaitu $df = n - k$ ($100 - 4 = 96$), dengan tingkat signifikan sebesar 0.05 atau 5%, sehingga dihasilkan angka pada t_{tabel} sebesar 1,98498.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	1.670	2.288			.730	.467
Konformitas	.759	.181	.385	4.200	.000	
Penggunaan Fitur Shopee Paylater	.376	.170	.200	4.212	.029	
Hedonic Shopping Motives	.486	.177	.274	2.755	.007	

a. Dependent Variable: Perilaku

Konsumtif

Berdasarkan uji t diatas, maka dapat disimpulkan

sebagai berikut :

1. Pengaruh Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Berdasarkan uji t variabel Konformitas diperoleh nilai t_{hitung} 4,200 > t_{tabel} 1,98498 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka ini menunjukkan bahwa variabel konformitas berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada pengguna shopee sehingga hipotesis ke satu (H_1) dalam penelitian ini diterima.
2. Pengaruh penggunaan fitur Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif berdasarkan uji t variabel penggunaan fitur shopee paylater diperoleh nilai t_{hitung} 2,212 > t_{tabel} 1,98498 dengan signifikansi sebesar $0,029 < 0,05$ maka ini menunjukkan bahwa variabel penggunaan fitur shopee *paylater* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada pengguna shopee sehingga hipotesis ke dua (H_2) dalam penelitian ini diterima.
3. Pengaruh Hedonic Shopping Motives terhadap Perilaku Konsumtif berdasarkan uji t variabel penggunaan fitur shopee paylater diperoleh nilai t_{hitung} 2,755 > t_{tabel} 1,98498 dengan signifikansi sebesar $0,007 < 0,05$ maka ini menunjukkan bahwa variabel *hedonic shopping motives* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada pengguna

Pengaruh Pengaruh Konformitas, Penggunaan Fitur Shopee *Paylater* Dan *Hedonic Shopping Motives* Terhadap Perilaku Konsumtif Konsumen Pada Pengguna Shopee Di Kabupaten Kebumen

shopee sehingga hipotesis ke tiga (H_3) dalam penelitian ini diterima.

2. Uji Simultan

Uji simultan (Uji F) digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang nyata antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) secara bersama-sama.

Hasil Uji Simultan

Model		Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig
1	Regression	1357.134	3	452.378	39.147	.000 ^b
	Residual	1109.376	96	11.556		
	Total	2466.510	99			

Berdasarkan hasil uji simultan $f_{hitung} 39,147 > f_{tabel}$ sebesar 2,70 dan mempunyai nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa variabel konformitas, penggunaan fitur shopee *paylater* dan *hedonic shopping motives* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada pengguna shopee.

3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil koefisien determinasi dapat dilihat dari tabel berikut :

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.742 ^a	.550	.536	3.399

a. Predictors: (Constant), *Hedonic Shopping Motives* (X3), *Penggunaan Fitur Shopee Paylater* (X1), *Konformitas* (X2)

Hasil uji determinasi ini menunjukkan bahwa nilai angka *Adjusted Square* sebesar 0,536. Hal ini berarti 0,536 atau 53,6% variasi dari perilaku konsumtif bisa dijelaskan oleh variasi dari ketiga variabel independen yaitu konformitas, penggunaan fitur shopee *paylater* dan

hedonic shopping motives. Sedangkan sisanya 46,4 % dipengaruhi oleh variabel lain.

Pembahasan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konformitas, penggunaan fitur shopee *paylater* dan *hedonic shopping motives* terhadap perilaku konsumtif konsumen pada pengguna shopee di Kabupaten Kebumen. Hasil dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengaruh Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil analisis variabel konformitas terhadap perilaku konsumtif menunjukkan bahwa hasil analisis nilai $t_{hitung} 4,200 > t_{tabel} 1,98498$ dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. sehingga dapat disimpulkan bahwa konformitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif konsumen pada pengguna Shopee di Kabupaten Kebumen yang artinya H_1 diterima. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Salma Egita Fitri Subagyo, & Jojok Dwiridotjahjono (2021) yang menyatakan bahwa konformitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Berdasarkan jawaban responden yang didapat dari hasil kuesioner pada penelitian ini menunjukkan bahwa responden memberikan nilai yang cukup baik terhadap konformitas. Dengan adanya konformitas dapat membantu konsumen pengguna shopee untuk mengetahui informasi mengenai produk yang baik di aplikasi shopeem sehingga semakin banyak mengetahui informasi produk yang baik dalam aplikasi shopee melalui konformitas maka akan meningkatkan daya beli konsumen sehingga konsumen tanpa disadari dapat berperilaku konsumtif. Hal tersebut membuktikan bahwa informasi dari konformitas mampu mempengaruhi perilaku konsumtif konsumen pada pengguna shopee di Kabupaten Kebumen sehingga konformitas dapat menjadikan konsumen pada pengguna shopee dapat berperilaku konsumtif.

2. Pengaruh Penggunaan fitur shopee *Paylater* Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil analisis variabel penggunaan fitur shopee *paylater* terhadap perilaku konsumtif menunjukkan hasil $t_{hitung} 2,212 > t_{tabel} 1,98498$ dengan signifikansi sebesar

Pengaruh Pengaruh Konformitas, Penggunaan Fitur Shopee *Paylater* Dan *Hedonic Shopping Motives* Terhadap Perilaku Konsumtif Konsumen Pada Pengguna Shopee Di Kabupaten Kebumen

0,029 < 0.05 maka ini menunjukkan bahwa variabel penggunaan fitur shopee *paylater* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada pengguna shopee di Kabupaten Kebumen yang artinya H2 dalam penelitian ini diterima. Hal tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu yang diteliti oleh Elpa Julita, Idwal B dan Herlina Yustati (2022) yang menyatakan bahwa penggunaan fitur shopee *paylater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Berdasarkan jawaban responden yang didapat dari hasil kuesioner pada penelitian ini menunjukkan bahwa responden memberikan nilai yang cukup baik terhadap variabel penggunaan fitur shopee *paylater* pada pengguna shopee di Kabupaten Kebumen. Konsumen berperilaku konsumtif pada penggunaan shopee karena beranggapan jika dalam penggunaan fitur shopee *paylater* memberikan manfaat dan juga membantu dalam melakukan transaksi pada aplikasi shopee. Disisi lain penggunaan shopee *paylater* juga telah aman untuk digunakan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa penggunaan fitur shopee *paylater* dapat mempengaruhi pengguna shopee berperilaku konsumtif.

3. Pengaruh *Hedonic shopping motives* Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil analisis variabel *hedonic shopping motives* terhadap perilaku konsumtif menunjukkan hasil $t_{hitung} 2,755 > t_{tabel} 1,98498$ dengan signifikansi sebesar $0,007 < 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *hedonic shopping motives* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada pengguna shopee di Kabupaten Kebumen, yang artinya H3 dalam penelitian ini diterima. Hal tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu yang diteliti oleh Nesa Lydia Patricia dan Sri Handayani (2015) menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis berpengaruh positif dan signifikan dan memiliki nilai positif terhadap perilaku konsumtif.

Berdasarkan jawaban responden yang didapat dari hasil kuesioner pada penelitian ini menunjukkan bahwa responden memberikan nilai yang cukup baik terhadap variabel *hedonic shopping motives* pada pengguna shopee di Kabupaten Kebumen. Pengguna shopee berperilaku

konsumtif karena beranggapan bahwa saat melakukan pembelian di aplikasi shopee akan mendapatkan kesenangan dan menghilangkan pikiran negatif. Saat melakukan pembelian di shopee, konsumen merasa akan menambah pengetahuan dalam tren yang saat ini sedang terjadi sehingga konsumen berperilaku konsumtif. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa *hedonic shopping motives* dapat mempengaruhi perilaku konsumtif.

4. Pengaruh Konformitas, Penggunaan fitur shopee *Paylater* dan *Hedonic shopping motives* Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan perhitungan Uji F diperoleh $F_{hitung} 39,147 > F_{tabel}$ sebesar 2,70 dan mempunyai nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa variabel konformitas, penggunaan fitur shopee *paylater* dan *hedonic shopping motives* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada pengguna shopee yang artinya H4 diterima.

Simpulan

Berdasarkan penelitian di atas tentang pengaruh konformitas, penggunaan shopee *paylater* dan *hedonic shopping motives* terhadap perilaku konsumtif konsumen pada pengguna shopee di Kabupaten Kebumen dengan responden sebanyak 100 orang responden maka dapat diambil kesimpulan adalah sebagai berikut:

1. Konformitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif konsumen pada pengguna shopee di Kabupaten Kebumen. Hal ini berarti semakin tinggi konformitas maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif konsumen pada pengguna shopee di Kabupaten Kebumen.
2. Penggunaan fitur shopee *paylater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif konsumen pada pengguna shopee di Kabupaten Kebumen. Hal ini berarti semakin tinggi penggunaan pada fitur shopee *paylater* maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif konsumen pada pengguna shopee di Kabupaten Kebumen.
3. *Hedonic shopping motives* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif konsumen

Pengaruh Pengaruh Konformitas, Penggunaan Fitur Shopee *Paylater* Dan *Hedonic Shopping Motives* Terhadap Perilaku Konsumtif Konsumen Pada Pengguna Shopee Di Kabupaten Kebumen

pada pengguna shopee di Kabupaten Kebumen. Hal ini berarti semakin tinggi *hedonic shopping motives* maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif konsumen pada pengguna shopee di Kabupaten Kebumen.

4. Konformitas, penggunaan fitur shopee *paylater* dan *Hedonic shopping motives* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif konsumen pada pengguna shopee di Kabupaten Kebumen. Hal ini berarti semakin tinggi konformitas, penggunaan fitur shopee *paylater* dan *Hedonic shopping motives* maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif konsumen pada pengguna shopee di Kabupaten Kebumen.

Keterbatasan

Penelitian menyadari jika dalam penelitian ini yang berkaitan dengan pengaruh konformitas, penggunaan fitur shopee *paylater* dan *hedonic shopping motives* terhadap perilaku konsumtif konsumen pada pengguna shopee di Kabupaten Kebumen masih jauh dari kata sempurna, hal ini terjadi karena adanya keterbatasan yang belum bisa dihindari meskipun penelitian ini telah dilakukan dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki kekurangan dan keterbatasan antara lain:

1. Variabel-variabel dalam penelitian ini yang mempengaruhi perilaku konsumtif hanya konformitas, penggunaan fitur shopee *paylater* dan *hedonic shopping motives*.
2. Sesuai perhitungan sampel, jumlah responden ada hanya 96.
3. Responden dalam penelitian ini hanya mencakup 17 kecamatan saja. Diharapkan peneliti selanjutnya lebih luas lagi dalam penyebaran kuesioner.

Implikasi

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan implikasi yang memberikan implikasi bagi peneliti selanjutnya. Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat dikemukakan implikasi secara teoritis dan praktis yaitu sebagai berikut:

1. Implikasi Praktis

- a. Konformitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif pada konsumen pengguna shopee. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa konformitas memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap perilaku konsumtif. Hal ini mengandung implikasi agar kedepannya pihak perusahaan shopee selalu menjaga kepercayaan produknya agar selalu menjadi produk yang bisa diunggulkan dan menjadi produk yang pantas untuk direkomendasikan pada orang lain. Salah satunya adalah dengan menyeleksi penjual yang melakukan penjualan di *e-commerce* shopee agar menjadi penjual yang dapat menjual produk yang bisa dipertanggung jawabkan, sehingga konsumen pengguna shopee dapat mempengaruhi orang lain untuk melakukan pembelian di shopee, sehingga dapat meningkatkan perilaku konsumtif konsumen pada pengguna shopee.

- b. Penggunaan fitur shopee *paylater* mempunyai pengaruh yang signifikan pada perilaku konsumtif konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan fitur shopee *paylater* memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap perilaku konsumtif konsumen. Hal ini mengandung implikasi agar kedepannya pihak perusahaan selalu memberikan fitur shopee *paylater* tersebut kepada konsumen dan memberikan lebih banyak keuntungan untuk konsumen yang menggunakan fitur *paylater* tersebut. Seperti halnya memberikan promo, cashback ataupun gratis ongkos kirim saat konsumen melakukan transaksi dengan metode pembayaran menggunakan fitur shopee *paylater*, sehingga dapat meningkatkan perilaku konsumtif konsumen pada pengguna shopee.
- c. *Hedonic shopping motives* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *hedonic shopping motives* memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap perilaku konsumtif. Hal ini mengandung implikasi agar kedepannya pihak perusahaan shopee dapat memberikan tampilan yang menarik dan menonjol agar menarik perhatian konsumen sehingga konsumen merasa senang saat berbelanja di aplikasi shopee sehingga dapat meningkatkan perilaku konsumtif konsumen pada pengguna shopee.

2. Implikasi Teoritis

- a. Konformitas merupakan pengaruh dari kelompok sosial yang dapat merubah sikap dan tingkah laku seseorang agar mereka dapat diterima norma sosial yang ada di kelompok yang mereka ikuti. Sehingga semakin meningkat konformitas maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif

masyarakat. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori dari Myres (2014:252) konformitas adalah sebuah perubahan tingkah laku dan kepercayaan individu sesuai dengan norma kelompok hal itu terjadi akibat pengaruh dari kelompoknya agar dapat diterima oleh kelompok tersebut. Hal ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Konformitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna aplikasi *E-commerce* Shopee.

- b. *Paylater* merupakan metode pembayaran cashless dikemas sebagai pembayaran yang dilakukan pada bulan berikutnya, hal inilah yang mengakibatkan adanya perilaku yang sering kali tidak dapat mengabaikan keinginan untuk membeli produk yang menurutnya menarik dan akhirnya menjadikan memiliki perilaku yang konsumtif. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Fandy Tjiptono (2011) Adanya teknologi informasi sama halnya dengan *paylater* dapat membantu mengatasi masalah, kendala atau ketidakmampuan kita pada sesuatu. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Elpa Julita, Idwal B dan Herlina Yustati (2022) yang menyatakan bahwa penggunaan fitur *shopee paylater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, ini juga dapat diartikan bahwa hubungan antara variabel penggunaan fitur *shopee paylater* dengan perilaku konsumtif adalah positif dan signifikan.
- c. Motivasi gaya hidup hedonis dapat mempengaruhi pola perilaku orang lain, seseorang yang biasanya hidup hemat dan tidak boros biasanya akan berperilaku boros juga apabila bergaul dengan orang yang boros. Sehingga gaya hidup hedonis dapat juga terbentuk akibat pengaruh dari lingkungan. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Levans dan Linda (2017), perilaku yang dapat dilihat melalui minatnya, aktivitasnya yang dilakukan atas dasar kesenangan hidup semata. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nesa Lydia Patricia dan Sri Handayani (2015) menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis berpengaruh positif dan signifikan dan memiliki nilai positif terhadap perilaku konsumtif, ini juga dapat diartikan bahwa hubungan antara variabel *hedonic shopping motives* dengan perilaku konsumtif adalah positif dan signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Rehatalanit, Y. L. R. (2021). *Peran e-commerce dalam pengembangan bisnis*. Jurnal Teknologi Industri 5.
- Pratama, Yudi. (2022). *Peran Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan, Penggunaan Ulang Dan Loyalitas Pelanggan Dalam Penggunaan Jasa Rekening Bersama (Rekber) Studi Kasus Pada Pt. Trijaya Digital Grup*. Jmm Unram-Master Of Management Journal 11(3): 201-214.
- Patricia, Nesa Lydia, and Sri Handayani. (2014). *Pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif pada pramugari maskapai penerbangan "X"*. Jurnal Psikologi Esa Unggul.
- Julita, Elpa, B. Idwal, and Herlina Yustati. (2022). *Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam.
- Subagyo, Salma Egita Fitri, and Jojok Dwiridotjahjono. (2021). *Pengaruh Iklan, Konformitas Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna E-Commerce Shopee Di Kota Mojokerto*. *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*.