HALAMAN MOTTO

“Hari ini mungkin lebih baik dari hari kemarin”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati, rasa syukur yang mendalam, dan cinta yang tulus, karya sederhana ini kupersembahkan kepada:

1. Allah Subhanahu Wa Ta'ala, Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat, karunia, dan kekuatan yang selalu menyertai setiap langkahku.
2. Kedua orang tuaku tercinta,

   Ayah dan Ibu, atas doa, kasih sayang, dukungan tanpa henti, dan segala pengorbanan yang tak ternilai. Terima kasih telah menjadi sumber semangat terbesar dalam hidupku.
3. Keluarga besar, yang selalu memberikan doa, motivasi, dan kehangatan dalam setiap proses yang kujalani.
4. Para dosen dan pembimbing, yang telah membimbing dengan penuh kesabaran dan keikhlasan selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Sahabat dan teman seperjuangan, yang selalu ada untuk saling menyemangati, berbagi cerita, dan tertawa di tengah penatnya perjalanan akademik ini.
6. Diriku sendiri, yang telah berjuang sejauh ini, bertahan dalam setiap rasa lelah, dan tidak pernah menyerah dalam meraih mimpi.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Hedonic Shopping Motivation*, Literasi Keuangan, dan Persepsi Kemudahan terhadap Perilaku Konsumtif pengguna SPayLater di Kabupaten Kebumen. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei, menggunakan 120 responden pengguna SPayLater sebagai sampel. Analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda menggunakan SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Hedonic Shopping Motivation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif, sedangkan Literasi Keuangan dan Persepsi Kemudahan tidak berpengaruh signifikan. Secara simultan, ketiga variabel independen berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif dengan kontribusi sebesar 31,8%, sedangkan sisanya 68,2% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian. Temuan ini mempertegas bahwa perilaku konsumtif lebih banyak dipengaruhi oleh faktor emosional, khususnya motivasi belanja hedonis, dibandingkan dengan faktor literasi keuangan dan persepsi kemudahan penggunaan aplikasi.

Kata kunci: *Hedonic Shopping Motivation*, Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Perilaku Konsumtif, SPayLater

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of Hedonic Shopping Motivation, Financial Literacy, and Perceived Ease of Use on Consumer Behavior among SPayLater users in Kebumen Regency. The research method employed is quantitative with a survey approach, using 120 SPayLater users as the sample. Data were analyzed using multiple linear regression with SPSS version 25. The results show that Hedonic Shopping Motivation has a positive and significant effect on Consumer Behavior, while Financial Literacy and Perceived Ease of Use do not have a significant effect. Simultaneously, the three independent variables significantly influence Consumer Behavior with a contribution of 31.8%, while the remaining 68.2% is explained by other factors outside the research model. These findings emphasize that consumer behavior is more strongly influenced by emotional factors, particularly hedonic shopping motivation, rather than financial literacy and perceived ease of use of the application.

Keywords: *Hedonic Shopping Motivation, Financial Literacy, Perceived Ease of Use, Consumer Behavior*, *SPayLater*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, karena hanya dengan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul "Pengaruh *Hedonic Shopping Motivation*, Literasi Keuangan, dan Persepsi Kemudahan terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna SPayLater di Kabupaten Kebumen." Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Putra Bangsa.

Proses penyusunan skripsi ini tidaklah mudah. Penulis menghadapi berbagai tantangan dan keterbatasan, baik dari segi waktu, tenaga, maupun pengetahuan. Namun berkat bimbingan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak, penulis akhirnya dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwiho, S.E., M.M., selaku Rektor Universitas Putra Bangsa, yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi mahasiswa untuk mengembangkan potensi akademiknya.
2. Bapak Anton Prasetyo, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Bisnis Digital yang telah memberikan banyak arahan dan dukungan dalam proses perkuliahan maupun penyusunan skripsi.
3. Ibu Kholifah, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran dan ketelitian membimbing penulis dalam menyusun skripsi ini, memberikan masukan yang berharga serta motivasi yang tak ternilai.
4. Seluruh dosen dan staf di lingkungan Universitas Putra Bangsa yang telah memberikan ilmu, wawasan, dan pengalaman yang sangat bermanfaat selama masa studi.
5. Kedua orang tua tercinta, yang telah menjadi sumber kekuatan terbesar bagi penulis melalui doa, kasih sayang, dan dukungan moral maupun material tanpa henti.

6. Rekan-rekan mahasiswa angkatan Bisnis Digital yang telah menjadi teman belajar, berdiskusi, serta saling mendukung selama masa studi hingga penyusunan skripsi.
7. Seluruh responden penelitian yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner dan memberikan data yang sangat diperlukan dalam skripsi ini.
8. Semua pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, namun telah memberikan kontribusi selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, baik dari sisi isi maupun sistematika penulisan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan di masa mendatang.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, tidak hanya bagi penulis secara pribadi, tetapi juga bagi pembaca dan pihak-pihak lain yang memiliki perhatian terhadap studi perilaku konsumtif generasi muda dalam era digital.

Kebumen, 04 September 2025

Penulis

Kivlan Yonifian

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN III
PENGESAHAN UJIAN IV
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME V
HALAMAN MOTTO VI
HALAMAN PERSEMBAHAN VII
ABSTRAKSI VIII
ABSTRAKSI VIII
KATA PENGANTAR X
DAFTAR TABEL XIV
DAFTAR GAMBAR XV
DAFTAR LAMPIRAN XVI
BAB I 1
PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 5
1.3 Batasan Masalah 6
1.4 Tujuan Penelitian 6
1.5 Manfaat Penelitian 7
1. Bagi Pemerintah dan Regulator 8
2. Bagi Masyarakat 8
3. Bagi Institusi Pendidikan dan Akademisi 8
BAB II 9
TINJAUAN PUSTAKA 9
2.1 *Hedonic Shopping Motivation* 9
2.2 Literasi Keuangan 10
2.3 Persepsi Kemudahan 12
2.4 Perilaku Konsumtif 13
2.5 SPayLater 15
2.6 Penelitian Terdahulu 15
2.7 Hubungan Antar Variabel 17
2.8 Model Empiris 20
2.9 Hipotesis 20
BAB III 21
METODOLOGI PENELITIAN 21
3.1 Obyek Penelitan 21
3.2 Variabel Penelitian 21
3.3 Definisi Operasional 22
3.4 Instrumen atau Alat Pengumpul Data 23
3.5 Populasi dan Sampel 25
3.6. Teknik Analisis 26
BAB IV 35
ANALISIS DAN PEMBAHASAN 35
4.1. Analisis Deskriptif 35
4.2. Analisis Statistik 36

4.3. Pembahasan 51
BAB V 57
KESIMPULAN 57
5.1 Kesimpulan 57
5.2 Batasan Penelitian 58
5.3 Implikasi Penelitian 59
5.4 Saran 60
DAFTAR PUSTAKA 61
LAMPIRAN 61

DAFTAR TABEL

Tabel II-1 Penelitian Terdahulu 15
Tabel III-1 Definisi Operasional 22
Tabel III-2 Skala Likert.....25
Tabel IV-1 Karakteristik Responden 35
Tabel IV-2 Hasil Uji Validitas 38
Tabel IV-3 Hasil Uji Reliabilitas 40
Tabel IV-4 Hasil Uji Multikolinearitas 43
Tabel IV-5 Hasil Uji t 47

DAFTAR GAMBAR

Gambar I-1Jumlah Pengguna *PayLater* di Indonesia menurut Kelompok Usia (2024) 1
Gambar II-1 Model Empiris 20
Gambar IV-1 Hasil Uji Normalitas 42
Gambar IV-2 Hasil Uji Heteroskedastisitas 45
Gambar IV-3 Hasil Uji f 49
Gambar IV-4 Hasil Uji Koefisien Determinasi 50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 0.1 Kuesioner Penelitian.....66
Lampiran 0.2 Data Responden.....70
Lampiran 0.3 Tabel Tabulasi.....74
Lampiran 0.4 Hasil Uji Validitas dan Realibilitas.....77
Lampiran 0.5 Hasil Uji Normalitas.....78
Lampiran 0.6 Hasil Uji Multikolinearitas.....78
Lampiran 0.7 Hasil Uji Heterokesidasitas.....79
Lampiran 0.8 Hasil Uji t.....79
Lampiran 0.9. Hasil Uji f.....80
Lampiran 0.10. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....80
Lampiran 0.11.Kartu Konsultasi Skripsi.....81
Lampiran 0.12 Kartu Tanda Peserta Seminar Proposal Skripsi.....82