

**PENGARUH GAYA HIDUP HEDONIS DAN PENGGUNAAN SPAYLATER
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA UMSU DENGAN
LITERASI KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada
Program Studi Manajemen Bisnis Syariah*

Oleh:

SYAHDA FADILLA
NPM: 2201280065



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2026**

PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, yang senantiasa mengiringi setiap langkah saya hingga sampai pada titik ini. Semoga karya ini dapat memberi manfaat dan keberkahan.

Karya ilmiah ini saya persembahkan dengan penuh cinta kepada orang tua tercinta:

Ayahanda Amroni,

Ibunda Hanawiyah,

sebagai sumber doa, kekuatan, dan kasih sayang yang tak pernah terputus.

Terima kasih atas pengorbanan, keikhlasan, dan doa yang selalu menguatkan saya dalam setiap proses.

Semoga setiap langkah yang saya tempuh menjadi amal kebaikan dan kebanggaan bagi Ayah dan Ibu.

Motto:

***“Aku punya Allah.
Karena ketika kamu punya
Allah, maka kamu punya
segalanya”***

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Syahda Fadilla

NPM : 2201280065

Jenjang Pendidikan : S1 (Strata Satu)

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul "Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Dan Penggunaan *SPayLater* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UMSU Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi". Merupakan karya asli saya. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini hasil dari plagiarisme, maka saya bersedia ditindak sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 17 April 2026

Yang Menyatakan



Syahda Fadilla

NPM. 2201280065

**PENGARUH GAYA HIDUP HEDONIS DAN PENGGUNAAN
SPAYLATER TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA
UMSU DENGAN LITERASI KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL
MODERASI**

SKRIPSI

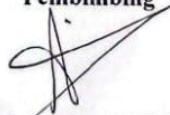
*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas – Tugas Dan Memenuhi Syarat –
Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada
Program Studi Manajemen Bisnis Syariah*

Oleh :

Syahda Fadilla
NPM. 2201280065

Program Studi Manajemen Bisnis Syariah

Pembimbing



Khairunnisa, SE.I, MM

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

MEDAN

2026

Medan, 7 April 2026

Nomor : Istimewa
Lampiran : 3 (Tiga) Exempler
Hal : Skripsi a.n. Syahda Fadilla

**Kepada Yth : Bapak Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara**

**Di-
Medan**

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, meneliti, dan memberi saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi mahasiswa a.n. **Syahda Fadilla** yang berjudul "**Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Dan Penggunaan SPayLater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UMSU Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima dan di ajukan pada sidang Munaqasah untuk mendapat gelar Strata Satu (S1) pada program studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam UMSU. Demikianlah kami sampaikan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pembimbing



Khairunnisa, SE.I, MM



UMSU
Unggul Cerdas Terpercaya

Sila menjawab surat ini agar disertakan Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, M.E.I
Dosen Pembimbing : Khairunnisa, SE.I, MM

Nama Mahasiswa : Syahda Fadilla
Npm : 2201280065
Semester : VIII
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Dan Penggunaan SPayLater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UMSU Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi

| Tanggal | Materi Bimbingan | Paraf | Keterangan |
|-----------|--|-------|------------|
| 26/1 2026 | Pembinaan kuisioner, semai proposal | | |
| 26/2 2026 | Olahan data sudah okay, ltr awal: limit & pembatasan | | |
| 11/3 2026 | Beberapa tabel output dihapus A# Cronbach alpha & AVE pada satu tabel | | |
| 15/3 2026 | Jangan banyak deskripsi seperti laporan buat sintesa | | |
| 31/3 2026 | rapikan kutipan & referensi skripsi kelompok | | |
| 7/4 2026 | acc | | |

Medan, 7 April 2026

Diketahui/Disetujui

Assoc. Prof. Dr. Zailani,
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Assoc. Prof. Dr. Rahmayati,
M.E.I

Pembimbing Skripsi

Khairunnisa, SE.I, MM

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai di berikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat di setuju untuk di pertahankan dalam ujian skripsi oleh :

Nama Mahasiswa : Syahda Fadilla
NPM : 2201280065
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup Hedonis dan Penggunaan *SPayLater* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UMSU Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi

Medan 7 April 2026

Pembimbing Skripsi



Khairunnisa, SE.I, MM

**Di Setujui Oleh
Ketua Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah**



Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, M.E.I

**Dekan
Fakultas Agama Islam**



Assoc. Prof. Dr. Zailani, M.A



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Untuk memperoleh surat ini agar memuatkan Nomor dan Tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini disusun oleh

Nama Mahasiswa : **Syahda Fadilla**
NPM : **2201280065**
Program Studi : **Manajemen Bisnis Syariah**
Judul Skripsi : **Pengaruh Gaya Hidup Hedonis dan Penggunaan SPayLater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UMSU Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi**

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, 7 April 2026

Pembimbing

Khairunnisa, SE.I, MM

Disetujui Oleh:
Ketua Program Studi

Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, M.E.I

Dekan,



Assoc. Prof. Dr. Zailani, M.A

BERITA ACARA PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah di pertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas
Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh :

Nama Mahasiswa : Syahda Fadilla
NPM : 2201280065
Program Studi : Manajemen Bisnis Syari'ah
Semester : VIII
Tanggal Sidang : 17/04/2026
Waktu : 09.00 s.d selesai

TIM PENGUJI

PEMBIMBING : Khairunnisa, SE.I, MM
PENGUJI I : Prof. Siti Mujiatun, SE., MM
PENGUJI II : Mutiah Khaira Sihotang, MA



PANITIA PENGUJI

Ketua,



Assoc. Prof. Dr. Zailani, MA



Sekretaris,



Assoc. Prof. Dr. Rizka Harfiani, M.Psi

**PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN KEPUTUSAN BERSAMA
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA**

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

1. Konsonan

Fonem Konsonan Bahasa Arab, yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan tanda sebagian dilambangkan dengan huruf dan tanda secara Bersama-sama. Dibawah ini terdaftar huruf arab dan Transliterasinya.

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin | Nama |
|------------|------|--------------------|-----------------------------|
| أ | Alif | Tidak dilambangkan | Tidak dilambangkan |
| ب | Ba | B | Be |
| ت | Ta | T | Te |
| ث | Ṣa | ṣ | es (dengan titik di atas) |
| ج | Jim | J | Je |
| ح | Ḥa | ḥ | ha (dengan titik di bawah) |
| خ | Kha | Kh | ka dan ha |
| د | Dal | D | De |
| ذ | Ḍal | Ḍ | Zet (dengan titik di atas) |
| ر | Ra | R | er |
| ش | Zai | Z | zet |
| س | Sin | S | es |
| غ | Syin | Sy | es dan ye |
| ص | Ṣad | ṣ | es (dengan titik di bawah) |
| ض | Ḍad | Ḍ | de (dengan titik di bawah) |
| ط | Ṭa | ṭ | te (dengan titik di bawah) |
| ظ | Ḍa | Ḍ | zet (dengan titik di bawah) |
| ع | `ain | ` | koma terbalik (di atas) |
| غ | Gain | G | ge |

| | | | |
|----|--------|---|----------|
| ف | Fa | F | ef |
| ق | Qaf | Q | ki |
| ك | Kaf | K | ka |
| ل | Lam | L | el |
| م | Mim | M | em |
| ن | Nun | N | en |
| و | Wau | W | we |
| هـ | Ha | H | ha |
| ء | Hamzah | „ | apostrof |
| ي | Ya | Y | ye |

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab adalah seperti vokal dalam Bahasa Indonesia , terdiri dari Tunggal dan monoflong dan vokal rangkap atau diflog.

a. Vokal Tunggal

Vokal Tunggal dalam Bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya adalah sebagai berikut :

| Tanda | Nama | Huruf Latin | Nama |
|-------|---------|-------------|------|
| اَ | Fathah | A | a |
| اِ | Kasrah | I | I |
| اُ | Dhammah | U | U |

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu :

| Tanda dan Huruf | Nama | Gabungan Huruf | Nama |
|-----------------|----------------|----------------|---------|
| اِي | Fathah dan ya | Ai | A dan I |
| اُو | Fathah dan wau | Au | A dan U |

Contoh :

Kataba : كتب

Fa'ala : فعل

Kaifa : كيف

c. Maddah

Maddah atau Vokal panjang yang lambangnya berupa harkat huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu :

| Harkat dan Huruf | Nama | Huruf dan Tanda | Nama |
|------------------|-------------------------|-----------------|---------------------|
| ا | Fathah dan alif atau ya | Ā | A dan garis di atas |
| - | | | |
| ي- | Kasrah dan ya | Ī | I dan garis di atas |
| و و | Dhammah dan wau | Ū | U dan garis di atas |

d. Ta Marbutah

Transliterasinya Ta Marbutah ada dua :

Ta marbutah hidup *Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dhammah, transliterasinya (t)

1) Ta marbutah Mati

Ta marbutah yang mati mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah (h)

2) Kalau kata pada yang terakhir dengan ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan h (ha).

e. Syaddah (tasyid)

Syaddah atau tasyid yang pada tulisan arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasyid, dalam transliterasi ini tanda tasyid tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

rabbanā : نارب

nazzala : نزل

al-birr : بزال

al-hajj : حج ال

f. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. yaitu ال namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

a. Kata sandang diikuti diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyi, yaitu huruf (l) diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti huruf syamsiah maupun qamariah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh :

ar-rajulu: راج لال

as-sayyidatu: سيدة ال

asy-syamsu: شمس ال

al-qalamu: لقم ال

al-jalalu: لاج لال

g. Hamzah

Dinyatakan didepan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak ditengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, ia tidak dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh :

ta'khuzūna: ات خذون

an-nau': وء ان

syai'un: شيء

inna: ان

umirtu: امت

akala: ل ا ك

h. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il (kata kerja), isim (kata benda), maupun huruf, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

i. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dengan EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilanama itu huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh :

Wa mamuhammadunillarasul

Innaawwalabaitinwudi'alinnasilalazibibakkatamubn

Syahru Ramadan al-lazunzilafihi al-Qur;anu

Syahru Ramadanal-laziunzilafihil-Qur'anu

Walaqadra'ahubilufuq al-mubin Alhamdulillahirabbil-amin

j. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai ilmu tajwid.

ABSTRAK

Syahda Fadilla, 2201280065, Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Dan Penggunaan SPayLater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UMSU Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh gaya hidup hedonis dan penggunaan *SPayLater* terhadap perilaku konsumtif UMSU dengan literasi keuangan sebagai variabel moderasi. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa aktif UMSU yang menggunakan layanan *SPayLater*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 80 responden. Teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis data menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) yang berbasis pada *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan aplikasi *SmartPLS 3*. Analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, serta uji hipotesis melalui *bootstrapping*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap pola konsumtif mahasiswa dengan nilai *t-statistics* sebesar 2,202 dan *p-value* $0,028 < 0,05$. Sementara itu, penggunaan *SPayLater* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai *t-statistics* sebesar 0,783 dan *p-value* $0,434 > 0,05$. Literasi keuangan tidak mampu memoderasi hubungan antara gaya hidup hedonis maupun penggunaan *SPayLater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Nilai koefisien determinasi (*R-Square*) sebesar 0,392 menunjukkan bahwa variabel dalam penelitian ini mampu menjelaskan perilaku konsumtif sebesar 39,2%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

Kata Kunci: *Gaya Hidup Hedonis, SPayLater, Literasi Keuangan, Perilaku Konsumtif*

ABSTRACT

Syahda Fadilla, 2201280065, The Influence of Hedonic Lifestyle and SPayLater Usage on Consumptive Behavior of UMSU Students with Financial Literacy as a Moderating Variable.

The purpose of this study is to analyze the influence of hedonic lifestyle and SPayLater usage on the consumptive behavior of students at Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU), with financial literacy as a moderating variable. This research was conducted on active UMSU students who use SPayLater services. The sample consisted of 80 respondents. Data collection was carried out through questionnaire distribution. The data analysis technique used Structural Equation Modeling (SEM) based on Partial Least Square (PLS) with the assistance of SmartPLS 3 software. The analysis included validity testing, reliability testing, and hypothesis testing using the bootstrapping method.

The results showed that hedonic lifestyle has a positive and significant effect on consumptive behavior, with a t -statistics value of 2.202 and a p -value of $0.028 < 0.05$, indicating that the hypothesis is accepted. Meanwhile, SPayLater usage does not have a significant effect on consumptive behavior, with a t -statistics value of 0.783 and a p -value of $0.434 > 0.05$. Financial literacy is not able to moderate the relationship between hedonic lifestyle and SPayLater usage on consumptive behavior. The coefficient of determination (R-Square) value of 0.392 indicates that the variables in this study explain 39.2% of consumptive behavior, while the remaining 60.8% is influenced by other variables outside the model.

Keywords: Hedonic Lifestyle, SPayLater, Financial Literacy, Consumptive Behavior

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan inayah-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan Skripsi dengan judul **“Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Dan Penggunaan SPayLater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UMSU Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi”** untuk menyelesaikan Pendidikan Strata-1 (S1) program studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera. Tidak lupa pula shalawat berangkaikan salam dihadiahkan kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW, semoga penulis serta pembaca selalu berada di dalam naungan syafa'atnya hingga akhir zaman nanti. Amin Ya Rabbal'alamin.

Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang penulis miliki. Namun demikian, skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, doa, dan dukungan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis juga ingin menyampaikan ribuan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Allah SWT yang telah memberikan kelancaran serta kemudahan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

- a. Kedua orang tua penulis, dengan penuh rasa hormat dan kasih sayang mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada Ayahanda Amroni dan Ibunda Hanawiyah, atas doa, kasih sayang, dukungan, serta pengorbanan yang tulus dan berkelanjutan, yang menjadi landasan utama dalam setiap proses dan pencapaian penulis. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan keberkahan, kesehatan, dan kebahagiaan kepada keduanya.
- b. Bapak Assoc. Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- c. Bapak Assoc. Prof. Dr. Zailani, M.A., selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

- d. Ibu Assoc. Prof. Dr. Rizka Harfiani, M.Psi. selaku Wakil Dekan I Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- e. Bapak Dr. Muhammad Ruslan, M.Pd. selaku Wakil Dekan III Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- f. Ibu Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, M.E.I selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- g. Ibu Alfi Amalia, M.EI. selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- h. Ibu Khairunnisa, SE.I, MM. selaku Dosen Pembimbing atas kesediaan waktu, bimbingan, arahan, serta ilmu yang diberikan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi penelitian ini, yang menjadi motivasi dan penguatan dalam menyelesaikan setiap tahapan penelitian.
- i. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Program Studi Manajemen Bisnis Syariah atas ilmu dan pengalaman yang diberikan kepada penulis selama melaksanakan perkuliahan di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- j. Seluruh Staf/Pegawai Biro Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah banyak membantu penulis dalam menyiapkan berkas dan administrasi selama masa perkuliahan.
- k. Saudara sekandung penulis, Kakak tercinta Puspita Rahmadani, S.Pd, serta adik-adik tersayang Fadia Safitri, Siti Rahima, dan Rafif Muta'ali, yang selalu memberikan dukungan, doa, serta semangat dalam setiap langkah perjuangan penulis. Kehadiran mereka menjadi sumber kekuatan, keceriaan, dan motivasi yang tiada henti dalam menyelesaikan skripsi ini.
- l. Penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada Kakek tercinta Bachtiar dan Nenek tersayang Hambiyah, yang senantiasa mendoakan, memberikan kasih sayang, serta menjadi sumber keteladanan dalam kehidupan penulis. Doa dan nasihat yang tulus dari mereka menjadi kekuatan batin yang mengiringi setiap langkah penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
- m. Ucapan terima kasih secara khusus penulis sampaikan kepada Fahrel Akhmad Falepi yang senantiasa memberikan semangat, perhatian, dan dukungan selama proses penyusunan skripsi ini. Kehadiran dan motivasi yang diberikan menjadi salah satu kekuatan bagi penulis untuk tetap berusaha dan menyelesaikan

skripsi ini dengan baik.

- n. Sahabat-sahabat penulis sewaktu S-1 yang menemani penulis, yaitu Dinah Kairiyah, Ihza Mahira Nasution, Dira Mastika Purba, Susi Ade Kayasa yang selalu bersedia menjadi tempat berkeluh kesah dan memberikan semangat serta dukungan kepada penulis.
- o. Seluruh teman seperjuangan kelas MBS B1 Pagi yang kebersamaian penulis dari awal hingga akhir semester yang membuat masa-masa perkuliahan menjadi lebih berwarna dan lebih berkesan selama perkuliahan di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- p. Seluruh anggota keluarga besar Rusunawa UMSU, terutama Ketua Rusunawa Ibu Dr. Nadlrah Naimi, S.Ag., M.A., Sekretaris Ibu Dr. Mawaddah Nasution, M.Psi., Ibu Asrama Syah Rani Maha, S.Pd., dan kakak asrama Fenny Ferdiani, S.E., serta teman dan adik-adik asrama, atas bimbingan, kebersamaan, dan dukungan yang telah diberikan selama penulis tinggal di asrama. Rusunawa UMSU telah menjadi rumah kedua yang penuh makna dan turut mendukung terselesaikannya skripsi ini.

Dengan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian penulisan skripsi ini. Dengan kerendahan hati, penulis berharap semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi kita semua terutama bagi penulis sendiri. Amin Ya Rabbal'Alamin.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Medan, 17 April 2026

Penulis



Syahda Fadilla
NPM. 2201280065

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| ABSTRAK | i |
| ABSTRACT | ii |
| KATA PENGANTAR | iii |
| DAFTAR ISI | vi |
| DAFTAR TABEL | viii |
| DAFTAR GAMBAR | ix |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Identifikasi Masalah | 6 |
| C. Rumusan Masalah | 7 |
| D. Tujuan Penelitian | 7 |
| E. Manfaat Penelitian | 8 |
| F. Sistematika Penulisan | 9 |
| BAB II LANDASAN TEORITIS | 10 |
| A. Kajian Pustaka | 10 |
| 1. <i>Theory Hedonisme (Epicurus)</i> | 10 |
| 2. <i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i> | 10 |
| 3. <i>Theory of Consumer Behavior (TCB)</i> | 11 |
| 4. Gaya Hidup Hedonis | 12 |
| 5. Penggunaan <i>SPayLater</i> | 14 |
| 6. Perilaku Konsumtif | 16 |
| 7. Literasi Keuangan..... | 20 |
| B. Kajian Penelitian Terdahulu | 22 |
| C. Kerangka Pemikiran | 27 |
| D. Hipotesis | 28 |

| | |
|--|-----------|
| BAB III METODE PENELITIAN | 29 |
| A. Pendekatan Penelitian..... | 29 |
| B. Lokasi dan Waktu Penelitian..... | 29 |
| C. Populasi dan Sampel..... | 30 |
| D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel | 32 |
| E. Teknik Pengumpulan Data | 35 |
| F. Instrumen Penelitian | 36 |
| G. Uji Persyarat | 36 |
| H. Teknik Analisis Data | 37 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 40 |
| A. Deskripsi Institusi..... | 40 |
| B. Deskripsi Karakteristik Responden | 48 |
| C. Hasil Penelitian..... | 53 |
| D. Pembahasan | 64 |
| BAB V PENUTUP..... | 67 |
| A. Simpulan..... | 67 |
| B. Saran..... | 68 |
| DAFTAR PUSTAKA | 70 |
| LAMPIRAN..... | 74 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1. 1 Perbandingan Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan..... | 5 |
| Tabel 2. 1 Kajian Penelitian Terdahulu..... | 23 |
| Tabel 3. 1 Rincian Waktu Penelitian..... | 30 |
| Tabel 3. 2 Populasi Mahasiswa UMSU (Genap 2024) Non Kedokteran..... | 31 |
| Tabel 3. 3 Indikator Variabel | 34 |
| Tabel 3. 4 Skala <i>Likert</i> | 36 |
| Tabel 4. 1 Struktur Pemimpin | 44 |
| Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 48 |
| Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Fakultas | 48 |
| Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Program Studi..... | 49 |
| Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Semester | 50 |
| Tabel 4. 6 Responden Berdasarkan Rentang Uang Saku Per-Bulan..... | 51 |
| Tabel 4. 7 Responden Berdasarkan Status Pengguna <i>SPayLater</i> | 51 |
| Tabel 4. 8 Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan <i>SPayLater</i> | 52 |
| Tabel 4. 9 Responden Berdasarkan Tujuan Penggunaan <i>SPayLater</i> | 52 |
| Tabel 4. 10 <i>Outer Loading</i> | 54 |
| Tabel 4. 11 <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i> | 55 |
| Tabel 4. 12 Ringkasan <i>Validitas Konvergen</i> dan <i>Reliabilitas</i> | 56 |
| Tabel 4. 13 Nilai <i>R-Square</i> | 58 |
| Tabel 4. 14 Nilai <i>F-Square</i> | 59 |
| Tabel 4. 15 <i>Path Coefficients (Bootstrapping)</i> | 60 |
| Tabel 4. 16 Hasil Uji Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif..... | 62 |
| Tabel 4. 17 Hasil Uji Pengaruh Penggunaan <i>SPayLater</i> Terhadap Perilaku Konsumtif | 62 |
| Tabel 4. 18 Uji Efek Moderasi | 63 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1. 1 Grafik <i>Outstanding</i> Pinjaman <i>Fintech P2PL</i> | 2 |
| Gambar 1. 2 Jumlah Penggunaan <i>SPayLater</i> di Indonesia Berdasarkan Usia | 2 |
| Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran | 27 |
| Gambar 4. 1 Lambang Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara | 42 |
| Gambar 4. 2 Hasil <i>SmartPLS Algorithm</i> | 58 |
| Gambar 4. 3 Hasil <i>SmartPLS Bootstrapping</i> | 61 |

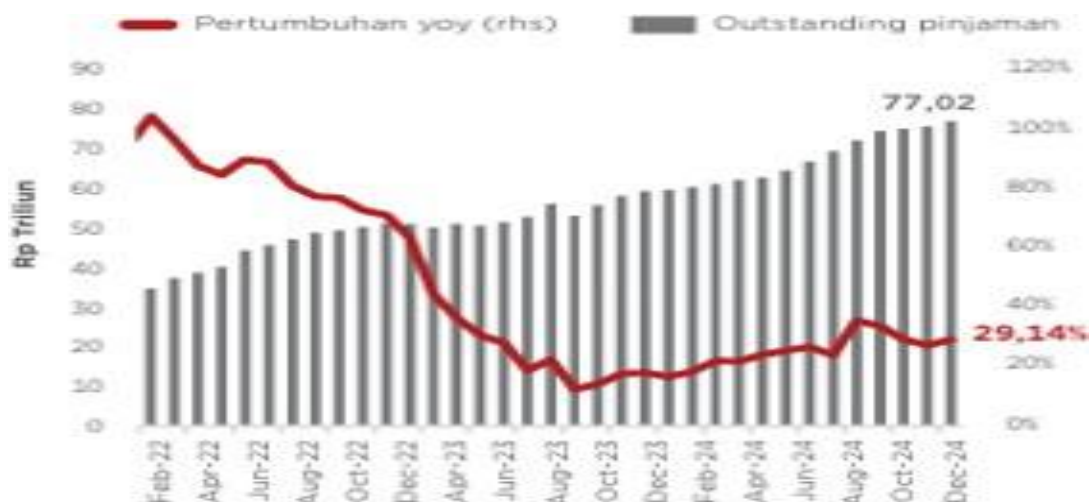
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Digitalisasi dan keberadaan internet telah mendorong perubahan besar di berbagai aspek kehidupan, terutama dalam sektor bisnis dan pemasaran. Internet mempermudah interaksi dan mengubah konsep model bisnis tradisional, yang puncaknya adalah munculnya *e-commerce*. *Electronic commerce* didefinisikan sebagai bentuk transaksi jual beli barang atau jasa yang memanfaatkan media elektronik dengan dukungan internet, biasanya melalui *website* dan aplikasi belanja (*Shopping apps*) (Wangi et al., 2021). Di Indonesia, perdagangan elektronik mengalami pertumbuhan signifikan dengan jumlah pengguna yang terus bertambah. Salah satu pendorong utamanya adalah beragam metode pembayaran yang ditawarkan oleh platform *e-commerce*, di mana *SPayLater* menjadi metode yang paling populer karena kemudahan bertransaksi tanpa perlu membayar di muka (R. Sari, 2021).

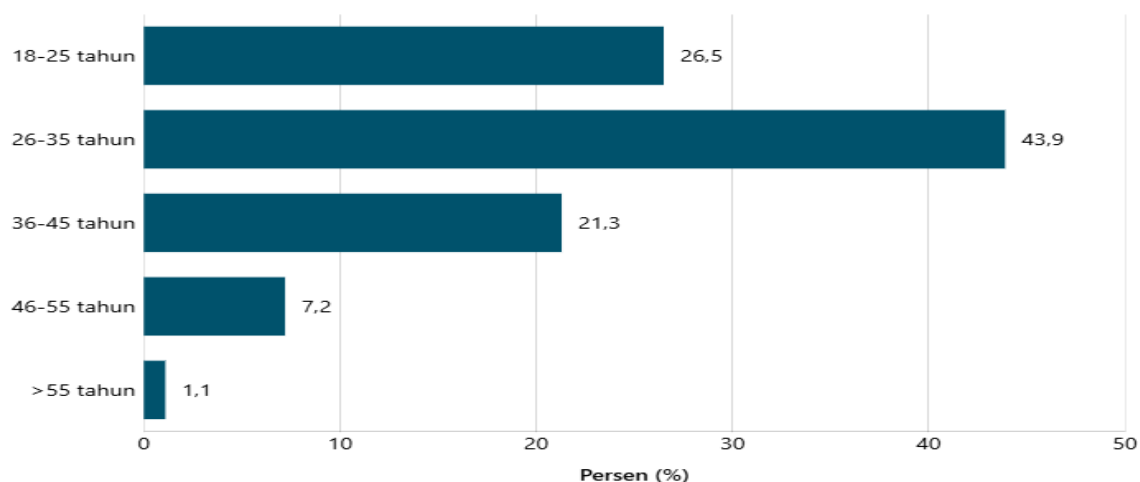
Kemudahan ini memunculkan pesatnya layanan keuangan berbasis teknologi, atau *Financial Technology* (Fintech), yaitu entitas yang menggabungkan teknologi dengan fitur layanan keuangan (Kadua et al., 2023). Perkembangan Fintech di Indonesia, khususnya inovasi *Buy Now Pay Later* (BNPL) atau *SPayLater*, telah mengubah pola akses layanan keuangan, memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian sekarang dan menunda pembayaran. Menurut laporan OJK, perkembangan ini sangat pesat; *outstanding* pinjaman *Fintech P2P Lending* mencapai Rp77,02 triliun pada akhir tahun 2024, dengan laju pertumbuhan sebesar 29,14% di tahun tersebut. Fase perluasan yang signifikan ini didorong oleh faktor-faktor seperti penetrasi internet yang tinggi, peningkatan penggunaan aplikasi belanja, metode pembayaran yang semakin ringkas, dan promosi agresif dari penyedia layanan (OJK, 2024).



Gambar 1. 1 Grafik *Outstanding Pinjaman Fintech P2PL*

Sumber: Ojk.go.id

Data dari OJK menunjukkan bahwa total pinjaman *Fintech P2P Lending* mencapai Rp77,02 triliun pada akhir tahun 2024. Meskipun pertumbuhannya sempat melambat dari lebih dari 70% di tahun 2022 menjadi kisaran 10–20% di tahun 2023, laju pertumbuhan tersebut kembali naik menjadi 29,14% pada tahun 2024, yang menunjukkan adanya fase pertumbuhan yang lebih stabil (Keuangan, 2024). Di sisi lain, laporan (Katadata Insight Center, 2024) mencatat bahwa Milenial (43,9%) serta Gen Z (26,5%) adalah kelompok pengguna *SPayLater* terbesar, sehingga menjadi penggerak utama untuk ekspansi layanan digital. Walaupun demikian, peningkatan penggunaan *PayLater* juga meningkatkan risiko terjadinya wanprestasi dan masalah keamanan digital.



Gambar 1. 2 Jumlah Penggunaan *SPayLater* di Indonesia Berdasarkan Usia

Sumber: Katadata.co.id

Meskipun *SPayLater* memberikan kemudahan melalui cicilan yang terjangkau dan beragam promosi, layanan ini juga bisa memicu pembelian konsumtif, terutama dalam bentuk pembelian yang mendadak dan pilihan belanja yang tidak masuk akal. Penelitian yang dilakukan oleh (Hilwana et al., 2025) bahwa pengalaman tentang seorang mahasiswa yang awalnya hanya mencoba *SPayLater* atas ajakan temannya, tetapi karena terus terpapar dengan tawaran promo, semakin sering melakukan pembelian secara *impulsive buying*. Akibatnya, total cicilan yang harus dibayar semakin meningkat, dan ketika uang saku tidak cukup, terpaksa meminjam dari aplikasi lain, sehingga terjebak dalam siklus utang yang lebih parah.

Di balik kemudahan yang ditawarkan, penggunaan layanan *SPaylater* bisa memiliki efek buruk jika dilakukan secara berlebihan. Salah satu contohnya adalah risiko pengguna terjebak dalam utang akibat keterlambatan membayar tagihan, dan denda yang harus dibayar akan terus menumpuk. Berdasarkan data yang dirilis oleh OJK per April 2023, tingkat kredit bermasalah atau *non-performing loan* (NPL) mencapai 9,7%, angka yang jauh di atas batas aman yang ditentukan, yaitu 5%. Oleh karena itu, fitur *SPaylater* tidak disarankan untuk digunakan secara konsumtif atau berlebihan (Lestari, 2024).

Generasi Z terutama mahasiswa, cenderung berorientasi pada kesenangan dengan membeli barang untuk kebahagiaan, pengakuan sosial, dan pembentukan identitas. Media sosial, *lifestyle*, dan tren visual memperkuat keinginan mengikuti tren melalui pembelian produk populer (Thirah et al., 2024). Sementara fenomena *fear of missing out* (FOMO) mendorong mereka untuk mengonsumsi lebih dari seharusnya demi tetap diterima dalam lingkungan sosial. Situasi ini memicu munculnya perilaku belanja yang tidak terencana dan ketergantungan pada pengakuan dari luar (Nadia Putri Ayu & Sujarwo, 2025).

Secara teori, *Hedonic Consumption Theory* menjelaskan bahwa aktivitas konsumsi tidak hanya didorong oleh kebutuhan praktis, melainkan juga oleh keinginan untuk merasakan kesenangan, kepuasan emosional, serta diterima secara sosial (Kotler dan Keller, 2008). Pada mahasiswa, hedonis cenderung memicu keputusan belanja yang lebih dipengaruhi oleh emosi dibandingkan logika. Hal ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh (Nuro & Anasrulloh, 2023) serta (Sumantri, 2023) yang menunjukkan bahwa pola hidup hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap konsumtif, sehingga tindakan tersebut tidak hanya disebabkan oleh kemudahan penggunaan *paylater*, tetapi juga oleh faktor internal seperti kecenderungan untuk mencari kesenangan.

Fenomena layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL), atau *SPayLater*, kini merambah ke kalangan mahasiswa. Berdasarkan pra-survei yang dilakukan terhadap 53 mahasiswa

UMSU, ditemukan bahwa hampir separuh populasi, yaitu 26 orang (49,1%), merupakan pengguna aktif layanan ini, dengan *SPayLater* menjadi platform yang paling populer. Meskipun frekuensi penggunaannya tergolong rendah, pola pembelian menunjukkan kecenderungan pada barang-barang non-primer, di mana sebagian besar pembelian ditujukan untuk hiburan (56,6%) dan pakaian (37,7%).

Penggunaan layanan ini juga memunculkan indikasi perilaku keuangan yang berisiko. Sejumlah besar responden menunjukkan perilaku konsumtif, terlihat dari 39,6% yang mengaku sering membeli secara *impulsive* dan 50,9% yang sangat terpengaruh oleh diskon. Selain faktor internal, pengaruh sosial juga signifikan, di mana 52,8% dipengaruhi oleh keluarga atau teman dalam menggunakan layanan ini. Kekurangan literasi keuangan dan kontrol diri turut menjadi perhatian, diindikasikan oleh 49,1% yang tidak membaca syarat dan ketentuan layanan, serta 41,5% yang mengalami kesulitan dalam mengontrol pengeluaran mereka, yang semuanya menyoroti potensi risiko keuangan di kalangan mahasiswa UMSU.

Meskipun persentase pengguna *SPayLater* di UMSU belum mencapai mayoritas, proporsi 49,1% pengguna layanan *SPayLater* menunjukkan adanya kelompok yang cukup besar dan signifikan telah terdampak oleh fenomena BNPL ini. Situasi ini menggaris bawahi urgensi untuk mengidentifikasi faktor-faktor spesifik yang membedakan antara kelompok pengguna dan non-pengguna. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam faktor-faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan *SPayLater* oleh mahasiswa UMSU, termasuk peran pemahaman terhadap keuangan (*financial literacy*) dan pengaruh dari lingkungan sosial, guna memahami mekanisme adopsi BNPL dalam lingkungan akademik.

Pengendalian perilaku mencerminkan kemampuan seseorang mengevaluasi tindakan sebelum mengambil keputusan. Rendahnya literasi keuangan membuat mahasiswa kesulitan menentukan prioritas, sehingga cenderung membelanjakan uang untuk kebutuhan tidak mendesak (Ifrah & Kurnianingsih, 2024). Menurut data SNLIK 2022, menunjukkan indeks literasi keuangan Indonesia hanya 49,68%, jauh di bawah tingkat inklusi keuangan 85,10%, menandakan banyak pelajar menggunakan layanan keuangan digital tanpa pemahaman yang memadai (Keuangan, 2022).

Tabel 1. 1 Perbandingan Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan

| Indeks | 2019 | 2022 |
|----------|--------|--------|
| Literasi | 38,03% | 49,68% |
| Inklusi | 76,19% | 85,10% |
| Gap | 38,16% | 35,42% |

Sumber: Ojk.go.id

Tingkat literasi keuangan yang rendah mengakibatkan mahasiswa sering keliru dalam mengatur keuangan, tidak memahami syarat serta ketentuan pinjaman, dan tidak mampu mengantisipasi risiko dari pemanfaatan layanan keuangan digital. Situasi ini membuat seseorang lebih rentan untuk melakukan pembelian yang tidak direncanakan dan menggunakan fasilitas pinjaman seperti *SPayLater* tanpa mempertimbangkan jangka panjang (Angelista et al., 2024). Oleh karena itu, rendahnya pemahaman tentang literasi keuangan dapat memperkuat dampak gaya hidup hedonis dan penggunaan layanan kredit digital, yang berujung pada peningkatan perilaku konsumtif.

Literasi keuangan tidak hanya mencakup pemahaman tentang produk keuangan, tetapi juga keterampilan seseorang dalam mengatur kebiasaan (Mujiatun, 2023). Dalam studi ini, literasi keuangan ditempatkan sebagai variabel moderator yang berfungsi untuk mengendalikan dampak negatif dari gaya hidup hedonis dan penggunaan *SPayLater* terhadap perilaku belanja mahasiswa. Tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi membuat individu lebih bijaksana dalam membuat pilihan konsumsi

Dalam konteks mahasiswa UMSU, hasil pra-survei menunjukkan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh kemudahan akses *SPayLater* sebagai faktor eksternal dan gaya hidup hedonis sebagai faktor internal. Kedua faktor tersebut mendorong pembelian *impulsive* pada barang non-primer. Namun, literasi keuangan berperan sebagai mekanisme pengendali yang menentukan kemampuan mahasiswa dalam menilai risiko dan menghindari penggunaan kredit digital secara berlebihan. Dengan demikian, pengaruh gaya hidup hedonis dan *SPayLater* terhadap perilaku konsumtif diperkirakan bergantung pada tingkat literasi keuangan yang berfungsi sebagai variabel moderasi.

Penelitian terdahulu telah mengkaji hubungan antara gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif (Febriana Sa'idah, 2022), pengaruh penggunaan *SPayLater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Rasid et al., 2024), serta peran literasi keuangan dan faktor gaya hidup dalam memengaruhi penggunaan *SPayLater* pada generasi Z (Silvialorensa et

al., 2024). Namun, belum ada studi yang mengintegrasikan keempat variabel tersebut dalam satu model analisis komprehensif, khususnya dengan literasi keuangan sebagai variabel moderasi pada mahasiswa UMSU. Kesenjangan ini menunjukkan perlunya penelitian lebih lanjut untuk memberikan kontribusi teoretis dan empiris yang mendalam.

Dengan demikian, perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa UMSU semakin meningkat, dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan layanan *PayLater* dan dorongan gaya hidup hedonis. Meskipun faktor-faktor tersebut mendorong pembelian *impulsif*, literasi keuangan berperan sebagai mekanisme pengendali yang memungkinkan mahasiswa menilai resiko dan mengatur pengeluaran secara lebih bijak. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis hubungan antara gaya hidup hedonis, penggunaan layanan *SPayLater*, dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UMSU. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis maupun praktis, serta relevan dalam merumuskan strategi pengelolaan keuangan yang lebih efektif bagi generasi muda.

Dalam perspektif Maqashid Syariah, perilaku konsumtif yang berlebihan bertentangan dengan prinsip *Hifzh al-Mal* karena dapat menjerumuskan individu pada tabdzir atau pemborosan. Islam secara tegas melarang perilaku boros, sebagaimana hadis: “*Sesungguhnya Allah membenci pemborosan harta*” (HR. Bukhari). Dalam konteks penelitian ini, literasi keuangan berfungsi sebagai mekanisme penjaga harta yang membantu mahasiswa menghindari penggunaan *SPayLater* secara tidak bijak maupun perilaku konsumtif akibat gaya hidup hedonis. Selain itu, penguatan literasi keuangan sejalan dengan tujuan SDG 4 (Quality Education), karena mencerminkan upaya peningkatan kualitas pengetahuan dan kemampuan finansial mahasiswa agar mampu mengambil keputusan ekonomi yang lebih bertanggung jawab.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Tingginya penggunaan layanan *PayLater* di kalangan mahasiswa, terutama *SPayLater*, yang berpotensi memicu pembelian *impulsif* dan pengeluaran berlebihan.
2. Gaya hidup hedonis di kalangan mahasiswa Gen Z, yang mendorong keinginan untuk mengikuti tren dan memperoleh pengakuan sosial melalui pembelian barang non-primer.

3. Rendahnya literasi keuangan di kalangan mahasiswa UMSU, yang membuat mereka kesulitan mengontrol pengeluaran dan memahami risiko penggunaan layanan kredit digital.
4. Kurangnya penelitian yang mengintegrasikan faktor gaya hidup hedonis, penggunaan *SPayLater*, dan literasi keuangan sebagai variabel yang memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, khususnya di konteks Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian dan latar belakang diatas, perumusan permasalahan pada penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apakah gaya hidup hedonis berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UMSU?
2. Apakah penggunaan layanan *SPayLater* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UMSU?
3. Apakah literasi keuangan memoderasi hubungan antara gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif mahasiswa UMSU?
4. Apakah literasi keuangan memoderasi hubungan antara penggunaan *SPayLater* dan perilaku konsumtif mahasiswa UMSU?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah ada, tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UMSU.
2. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan *SPayLater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UMSU.
3. Untuk menganalisis peran literasi keuangan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara gaya hidup hedonis dan penggunaan *SPayLater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UMSU.
4. Untuk menganalisis interaksi antara gaya hidup hedonis, penggunaan *SPayLater*, dan literasi keuangan dalam memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa UMSU.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoretis maupun praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini bertujuan untuk menambah wawasan dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di area manajemen, ekonomi syariah, dan perilaku konsumen. Hal ini dilakukan melalui penyajian literatur serta data empiris yang menunjukkan pengaruh gaya hidup hedonis dan penggunaan layanan *Spaylater* pada perilaku belanja mahasiswa. Selain itu, penelitian ini juga ingin menekankan pentingnya literasi keuangan sebagai faktor yang memperkuat hubungan antara variabel-variabel tersebut serta menjadi referensi untuk studi di masa mendatang.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan kesempatan langsung bagi peneliti untuk menerapkan teori ekonomi syariah, pemahaman tentang keuangan, dan sikap konsumen dalam situasi nyata di antara mahasiswa. Di samping itu, studi ini berfungsi sebagai alat untuk meningkatkan kemampuan analisis data, penulisan karya tulis ilmiah, serta pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengaruh fintech terhadap perilaku keuangan generasi muda.

b. Bagi Mahasiswa

Memberikan pemahaman kepada mahasiswa mengenai pentingnya literasi keuangan untuk mengelola keuangan pribadi, mencegah konsumsi yang berlebihan, serta menggunakan layanan kredit digital secara bijaksana menurut prinsip syariah.

c. Bagi Universitas

Menjadi bahan evaluasi dan dasar untuk mengembangkan program pendidikan atau sosialisasi tentang pengelolaan keuangan syariah, literasi finansial, dan penguatan karakter konsumsi mahasiswa yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

d. Bagi Pemerintah dan Otoritas Keuangan

Memberikan gambaran tentang tingkat literasi dan perilaku keuangan mahasiswa generasi digital sebagai acuan dalam merumuskan kebijakan pendidikan keuangan yang berbasis teknologi dan syariah.

e. Bagi *Platform Fintech/E-Commerce* (Seperti Shopee)

Memberikan umpan balik terkait pola penggunaan layanan *SPayLater* oleh mahasiswa agar dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam pengembangan fitur, edukasi pengguna, dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).

F. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan proposal penelitian ini, sistematika penulisan skripsi disajikan dalam 5 (lima) bab dengan sistematika penyampaian yang artinya sesuai dengan urutan. Adapun sistematika penulisan pada pembuatan proposal penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi penjelasan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisi kajian pustaka dan kajian penelitian terdahulu yang menjabarkan teori-teori dari hasil penelitian yang relevan serta kerangka berfikir dan hipotesis penelitian.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian dan definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, uji prasyarat dan teknik analisis data.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang deskripsi institusi yang diteliti, deskripsi karakteristik responden, hasil penelitian yang diteliti dan pembahasan penelitian tersebut.

5. BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang di lengkapi dengan saran dari peneliti.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Kajian Pustaka

1. *Theory Hedonisme (Epicurus)*

Gaya hidup hedonis dalam penelitian ini dijelaskan melalui Teori Hedonisme yang berakar dari pemikiran filsafat Yunani oleh *Epicurus*, yang menyatakan bahwa tujuan utama individu adalah mengejar kesenangan dan menghindari penderitaan (Abdurrohim, 2018). Dalam konteks perilaku konsumen, orientasi hedonis tercermin pada kecenderungan individu melakukan konsumsi bukan semata-mata untuk memenuhi kebutuhan, melainkan untuk memperoleh kepuasan emosional dan kesenangan pribadi (Indra et al., 2022). Sejalan dengan (Kotler dan Keller, 2008), perilaku konsumen dipahami sebagai proses individu dalam memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan.

Dalam penelitian ini, teori hedonisme digunakan untuk menjelaskan perilaku konsumtif mahasiswa UMSU, di mana gaya hidup yang berorientasi pada kesenangan mendorong pembelian impulsif dan konsumsi berlebihan, khususnya pada barang non-primer. Orientasi hedonis tersebut berperan sebagai faktor internal yang membentuk preferensi dan keputusan konsumsi mahasiswa, sehingga berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif seiring dengan kemudahan akses terhadap layanan pembayaran digital seperti *SPayLater*.

Berdasarkan uraian tersebut, gaya hidup hedonis mendorong individu untuk melakukan konsumsi secara berlebihan demi kesenangan dan kepuasan pribadi. Oleh karena itu, gaya hidup hedonis diduga memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

2. *Theory of Planned Behavior (TPB)*

Teori yang dipakai yaitu *Theory of Planned Behavior (TPB)* yang adalah pengembangan dari *Theory of Reasoned Action (TRA)* yang dijelaskan oleh (Ajzen, 1991) menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh niat, yang dibentuk oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Teori ini

memberikan kerangka konseptual untuk menjelaskan berbagai faktor yang menentukan perilaku tertentu (Rojiati et al., 2021). Sikap mencerminkan penilaian individu terhadap suatu tindakan, norma subjektif berkaitan dengan pengaruh sosial, sedangkan persepsi kontrol perilaku menggambarkan keyakinan individu terhadap kemampuan mengendalikan tindakannya (Angelista et al., 2024).

Dalam penelitian ini, TPB digunakan untuk menjelaskan perilaku konsumtif mahasiswa UMSU yang dipengaruhi oleh gaya hidup hedonis dan penggunaan *SPayLater*. Gaya hidup hedonis dan kemudahan *SPayLater* membentuk sikap positif terhadap konsumsi, sementara norma subjektif tercermin dari pengaruh lingkungan sosial dan tren digital. Adapun literasi keuangan berperan dalam meningkatkan persepsi kontrol perilaku, sehingga diposisikan sebagai variabel moderasi yang dapat memperkuat atau melemahkan pengaruh gaya hidup hedonis dan penggunaan *SPayLater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

3. Theory of Consumer Behavior (TCB)

Teori yang digunakan yaitu *Theory of Consumer Behavior* (TCB) teori perilaku konsumen mempelajari bagaimana individu mengambil keputusan saat memilih, membeli, menggunakan, dan menilai produk atau layanan untuk mencapai kepentingan dan keinginan mereka (Simarmata, 2021). Menurut (Schiffman dan Kanuk, 2008) menjelaskan bahwa perilaku konsumen mencerminkan cara individu mengatur sumber daya yang dimiliki, seperti waktu, uang, dan usaha, dalam mengambil keputusan pembelian untuk mendapatkan manfaat yang diinginkan.

Dalam studi ini, teori perilaku konsumen digunakan untuk memahami perilaku belanja mahasiswa UMSU dalam memanfaatkan layanan *SPayLater*. Gaya hidup yang mengedepankan kesenangan dan kemudahan dalam mengakses kredit digital mempengaruhi bagaimana mahasiswa mengalokasikan keuangan mereka, yang mengarah pada pembelian yang tidak direncanakan dan konsumsi yang berlebihan. Namun, pemahaman tentang keuangan memiliki peranan penting dalam menghasilkan keputusan yang lebih bijak, sehingga dapat menanggulangi perilaku belanja berlebihan dan penggunaan *SPayLater* dengan lebih hati-hati.

4. Gaya Hidup Hedonis

a. Pengertian Gaya Hidup Hedonis

Gaya hidup hedonis memiliki definisi cara hidup seseorang yang lebih fokus pada pencarian kebahagiaan, kesenangan, dan pemuasan kebutuhan emosional ketimbang kebutuhan praktis. Menurut (Rojiati et al., 2021) gaya hidup diartikan sebagai perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka.

Menurut penelitian (Silvialorensa et al., 2024) gaya hidup merupakan cara individu mengalokasikan waktu dan uangnya melalui berbagai aktivitas, nilai, serta persepsi terhadap diri sendiri dan lingkungan sekitarnya. Konsep ini menekankan bahwa gaya hidup tidak hanya berorientasi pada pencarian kesenangan, tetapi juga mencerminkan makna hidup individu yang diwujudkan melalui pilihan dan kebiasaan konsumsi sehari-hari.

Sedangkan menurut (Putri & Ambardi, 2023) gaya hidup hedonistik adalah perilaku seseorang yang memanfaatkan waktunya untuk mencari kesenangan bersama teman-teman dan selalu berkeinginan untuk menjadi sorotan di sekitarnya. Definisi ini menekankan dimensi sosial serta kebutuhan akan pengakuan diri dalam gaya hidup hedonis.

Berdasarkan beberapa definisi yang ada, dapat disimpulkan bahwa sebagai pola hidup individu yang berorientasi pada pencarian kesenangan, kepuasan emosional, dan pemenuhan kebutuhan non-praktis yang tercermin dalam cara mengalokasikan waktu, uang, serta pilihan konsumsi. Gaya hidup ini tidak hanya berkaitan dengan aktivitas konsumsi untuk memperoleh kepuasan pribadi, tetapi juga mencerminkan nilai, persepsi diri, serta kebutuhan akan pengakuan sosial dalam lingkungan sekitarnya.

b. Indikator Gaya Hidup Hedonis

Menurut (Alfrin Erman Sampoerno, 2021) ada tiga indikator gaya hidup hedonis yaitu:

1) Aktivitas

Aktivitas dapat diketahui dengan cara mengamati apa yang dilakukan seseorang dalam kesehariannya, hal-hal yang dibelinya, serta bagaimana cara orang tersebut menghabiskan waktu.

2) Minat

Adalah tingkat perhatian seseorang yang muncul terhadap benda, kejadian, atau topik tertentu, serta berkaitan dengan pilihan atau prioritas yang dimiliki oleh individu.

3) Opini

Adalah pandangan seseorang yang bisa disampaikan secara lisan maupun tulisan mengenai bagaimana sudut pandangnya tentang gaya hidup konsumtif.

c. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup Hedonis

Menurut (Rumianti, 2022) terdapat enam faktor yang mempengaruhi gaya hidup hedonis yaitu:

1) Sikap

Sikap adalah kondisi mental dan pemikiran yang bersedia memberikan respons terhadap suatu objek yang dibentuk oleh pengalaman dan berpengaruh langsung pada perilaku.

2) Pengalaman dan Pengamatan

Pengalaman ini bisa didapatkan dari semua tindakan masa lalu dan bisa dipelajari. Seseorang dapat memperoleh pengalaman melalui proses pembelajaran. Dampak dari pengalaman sosial akan membentuk pendapat mengenai objek tertentu.

3) Kepribadian

Kepribadian terdiri dari susunan karakter dan tingkah laku yang membedakan perilaku satu individu dengan yang lain.

4) Konsep Diri

Konsep diri telah diakui secara luas sebagai pendekatan untuk menggambarkan hubungan antara cara pandang diri konsumen dan merek. Bagaimana seseorang melihat diri mereka akan memengaruhi minat terhadap suatu produk.

5) Motif

Tingkah laku individu muncul sebagai akibat dari motif kebutuhan akan keamanan dan penghargaan, yang merupakan beberapa contoh dari motif tersebut.

6) Persepsi

Persepsi adalah proses di mana seseorang memilih, mengorganisir, dan menginterpretasikan informasi untuk menciptakan pandangan dunia yang lebih berarti.

5. Penggunaan *SPayLater*

a. Pengertian *SPayLater*

Layanan *SPayLater* merupakan fasilitas “Beli Sekarang Bayar Nanti” (BNPL) yang memungkinkan pengguna melakukan pembelian terlebih dahulu dan membayar pada periode yang ditentukan. Menurut (Lestari, 2024) *SPayLater* adalah fitur Shopee yang menyediakan metode pembayaran berbasis pinjaman atau cicilan. Layanan ini memiliki pengaruh yang cukup signifikan, khususnya bagi kalangan mahasiswa yang menjadi salah satu pengguna aktifnya.

Definisi *SPayLater* yang dikemukakan oleh (Khairunnisa, 2024) sebagai fenomena *SPayLater* yang memberikan kenyamanan dalam melakukan pembayaran di bulan selanjutnya, yang menarik minat mahasiswa. Meskipun menawarkan kemudahan dan fleksibilitas yang menggiurkan, sangat penting bagi mahasiswa untuk memanfaatkan layanan ini dengan bijaksana agar tidak mengalami kesulitan keuangan di kemudian hari.

Menurut (Utami, 2021) terkait dengan hal tersebut, tidak semua akun Shopee bisa mendaftar untuk *SPayLater* karena ada beberapa persyaratan tambahan. Untuk dapat menggunakan layanan *SPayLater*, berikut adalah persyaratan yang harus dipenuhi:

1. Pengguna yang ingin mendaftar untuk *SPayLater* harus merupakan WNI dengan usia minimal 17 tahun.
2. Akun Shopee harus terdaftar dan sudah terverifikasi.
3. Akun Shopee harus sudah aktif selama 3 bulan.
4. Akun Shopee harus sering dipakai untuk melakukan transaksi.
5. Pastikan akun Shopee diperbarui dengan versi aplikasi terbaru.
6. Pengguna diwajibkan memiliki kartu identitas yang sah, seperti KTP yang masih berlaku.

Dalam layanan *SPayLater*, keterlambatan pembayaran dikenakan denda, yang dalam perspektif ekonomi Islam dikategorikan sebagai riba qardh karena adanya tambahan atas pokok utang. Ketentuan ini tidak sejalan dengan Fatwa DSN-

MUI No. 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang uang elektronik syariah, yang melarang praktik riba, gharar, maysir, taddis, risywah, israf, serta transaksi yang berkaitan dengan objek haram. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-qur'an yang melarang melakukan riba diantaranya dalam Surah An-Nisa ayat 161:

وَأَخْذِهِمُ الْإِثْمَ وَقَدْ نُفِوا عَنْهُ وَأَكْلِهِمْ أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ ۗ وَأَعْتَدْنَا لِلْكَافِرِينَ مِنْهُمْ عَذَابًا أَلِيمًا

Artinya: “Dan disebabkan mereka memakan riba, padahal sesungguhnya mereka telah dilarang dari padanya, dan karena mereka memakan harta benda orang dengan jalan yang batil. Kami telah menyediakan untuk orang-orang yang kafir di antara mereka itu siksa yang pedih.” (QS. An-Nisa: 161)

Berdasarkan berbagai definisi para ahli, *SPayLater* dapat disimpulkan sebagai fasilitas pembayaran *Buy Now Pay Later* yang disediakan Shopee melalui sistem pinjaman atau cicilan yang menawarkan kemudahan dan fleksibilitas, khususnya bagi mahasiswa. Namun, penggunaannya memerlukan kehati-hatian karena adanya persyaratan dan potensi beban finansial. Dari perspektif ekonomi Islam, keberadaan denda keterlambatan menunjukkan unsur *riba qardh* yang bertentangan dengan prinsip syariah dan Fatwa DSN-MUI No. 116/2017, sehingga pengguna perlu mempertimbangkan aspek syariah dalam pemanfaatannya.

b. Indikator *SPayLater*

Menurut (Fitri et al., 2024) terdapat empat indikator penggunaan *SPayLater*, yaitu:

1) Persepsi Kemudahan

Mengacu pada pendapat pengguna tentang seberapa sederhana proses pengambilan keputusan yang berkaitan dengan penggunaan teknologi *paylater*.

2) Persepsi Manfaat

Teknologi ini akan lebih cenderung dipilih jika pengguna percaya mendapatkan keuntungan nyata dari layanan tersebut saat melakukan transaksi.

3) Intensitas Penggunaan

Semakin besar minat untuk menambah alat atau menyarankan teknologi kepada orang lain, semakin tinggi keterlibatan dan semangat pengguna terhadap kemajuan teknologi ini.

4) Sikap Dalam Penggunaan

Kepuasan pengguna terhadap teknologi ini bergantung pada keyakinan bahwa sistem ini mudah digunakan dan dapat meningkatkan efisiensi kerja, yang terlihat dari seberapa sering sistem ini dimanfaatkan serta cara pengguna mengaplikasikan sistem dalam kehidupan sehari-hari.

c. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi *SPayLater*

Menurut (Nuri purwanto, Budiyanto 2022) ada tiga faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *SPayLater*, sebagai berikut:

1) *Attitude Towards the Behavior*

Sikap terhadap perilaku merupakan evaluasi individu terhadap suatu tindakan berdasarkan keyakinan mengenai konsekuensi positif dan negatif yang ditimbulkannya.

2) Subjektif

Norma subjektif adalah persepsi individu terhadap harapan dan tekanan sosial dari pihak-pihak yang berpengaruh terkait pelaksanaan suatu perilaku.

3) Persepsi Kontrol Perilaku

Persepsi kontrol perilaku merupakan keyakinan individu mengenai kemampuan dan ketersediaan sumber daya yang memengaruhi kemudahan atau kesulitan dalam melakukan suatu perilaku.

6. Perilaku Konsumtif

a. Pengertian Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang untuk membeli barang atau jasa tidak semata-mata karena kebutuhan, melainkan didorong oleh hasrat, perasaan, dan pengaruh dari lingkungan sosial. Menurut penelitian (Nadia Ika Purnama, 2022) perilaku konsumtif menjelaskan tindakan membeli barang tanpa melakukan analisis yang mendalam, lebih mengutamakan keinginan ketimbang kebutuhan. Para mahasiswa cenderung lebih fokus pada penggunaan uang saku

mereka untuk membeli barang tidak berdasarkan kebutuhan, tetapi lebih kepada keinginan akan merek tertentu.

Menurut (Rojiati et al., 2021) perilaku konsumtif didefinisikan sebagai “Istilah perilaku konsumen merujuk pada tindakan yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka mencari, membeli, menggunakan, menilai, dan mengeluarkan uang untuk produk dan layanan yang mereka percayai dapat memenuhi kebutuhan mereka”.

Sedangkan menurut (Kadua et al., 2023) perilaku konsumsi merupakan tindakan membeli produk secara berlebihan untuk memenuhi keinginan, yang dapat menimbulkan pemborosan dan ketidakefisienan biaya. Salah satu ciri utama perilaku konsumsi adalah pembelian impulsif, yaitu keputusan belanja yang bersifat tidak terencana dan kurang rasional, sehingga individu cenderung membeli barang bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan dorongan emosional sesaat.

Allah SWT memberikan larangan kepada umatnya untuk tidak berperilaku boros dengan membeli barang-barang yang tidak dibutuhkan. Sebagaimana firman Allah SWT dalam surah Al-Isra ayat 26 dan 27:

وَأَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ۚ إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya: “Dan berikanlah haknya kepada kerabat dekat, juga kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan, dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.” (QS. Al-Isra:26-27).

Dari beberapa defenisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah kecenderungan untuk membeli produk atau layanan lebih didasari oleh hasrat, emosi, dan pengaruh dari lingkungan sosial daripada kebutuhan yang logis. Hal ini sering terlihat pada pembelian yang dilakukan secara impulsif dan tindakan boros. Sikap ini bertentangan dengan ajaran Islam yang melarang pemborosan, seperti yang dijelaskan dalam Surah Al-Isra ayat 26-27, sehingga mengharuskan adanya kontrol diri dalam cara mengelola konsumsi.

b. Indikator Perilaku Konsumtif

Menurut penelitian (Fitri et al., 2024) menyebutkan terdapat lima indikator dalam mengukur perilaku konsumtif yaitu:

- 1) Membeli Barang Karena Terdorong Oleh Tawaran Hadiah
Orang melakukan transaksi pembelian untuk memperoleh hadiah tambahan yang ditawarkan saat membeli barang tersebut.
- 2) Membeli Barang Karena Daya Tarik Kemasan
Seseorang memilih untuk membeli produk hanya karena kemasan yang ditawarkan tampak menarik.
- 3) Membeli Barang Untuk Menjaga Penampilan dan Gengsi
Seseorang membeli produk semata-mata untuk memastikan penampilannya tetap terlihat lebih modis dan terupdate dibandingkan dengan orang lain.
- 4) Membeli Barang Berdasarkan Harga (bukan karena manfaat dan fungsinya)
Terkadang, konsumen terpengaruh untuk membeli produk hanya karena meyakini bahwa harga tinggi menunjukkan bahwa barang tersebut adalah barang mewah dan berkualitas tinggi.
- 5) Membeli Barang Hanya Sekadar Untuk Mempertahankan Simbol Status
Kecenderungan membeli barang semata-mata untuk menunjukkan dan mempertahankan status sosial, bukan karena kebutuhan fungsional.

c. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Menurut (Nuri purwanto, Budiyanto 2022) faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif sebagai berikut:

- 1) Faktor Budaya
Kebudayaan adalah fondasi yang mempengaruhi minat dan tindakan individu melalui interaksi dengan keluarga serta lembaga-lembaga penting lainnya. Unsur-unsur kebudayaan meliputi:
 - a) Budaya
Cara hidup yang diadopsi oleh individu yang berasal dari keluarga dan lembaga signifikan lainnya.
 - b) Sub Budaya
Terdiri dari elemen seperti kebangsaan, agama, ras, dan lokasi geografis.

c) Kelas Sosial

Kelompok sosial yang disusun dalam sebuah hierarki yang menunjukkan adanya perbedaan tingkat antara anggota dengan nilai, minat, dan tingkah laku yang serupa.

2) Faktor Sosial

Faktor sosial melibatkan sekelompok individu yang dapat memengaruhi tindakan dan kebiasaan seseorang. Unsur-unsur faktor sosial terdiri dari:

a) Kelompok Referensi

Kelompok yang memberikan pengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap perilaku individu.

b) Keluarga

Keluarga adalah kelompok referensi yang paling berpengaruh terhadap tingkah laku seseorang. Orang tua memainkan peran signifikan dalam membentuk sikap seseorang melalui nilai-nilai agama, kasih sayang, ekonomi, ambisi pribadi, dan rasa percaya diri.

c) Peran dan Status

Peran adalah kegiatan atau perilaku yang diharapkan dari individu berdasarkan statusnya dalam sebuah kelompok.

3) Faktor Pribadi

Karakteristik personal yang mempengaruhi perilaku konsumen meliputi usia dan tahap dalam siklus hidup, pekerjaan dan kondisi keuangan, kepribadian serta konsep diri, serta gaya hidup dan nilai-nilai.

a) Usia Dan Tahapan Dalam Siklus Hidup

Kebutuhan individu pada setiap fase usia, seperti anak-anak, remaja, dan dewasa, bervariasi dan dapat mempengaruhi perilaku pembelian, termasuk preferensi dalam mode, makanan, liburan, dan perabotan.

b) Pekerjaan Dan Keadaan Ekonomi

Pola konsumsi seseorang berbeda berdasarkan jenis pekerjaan dan keadaan ekonomi, sehingga keduanya turut memengaruhi cara konsumsi.

c) Kepribadian Dan Konsep Diri

Mencakup sikap, cara berpikir, rasa hormat, kemampuan bersosialisasi, serta tingkat adaptasi, dan kepercayaan diri yang mempengaruhi perilaku konsumen.

d) Gaya Hidup Dan Nilai-Nilai

Gaya hidup seseorang ditentukan oleh aktivitas, minat, dan pandangan yang mereka miliki, di mana nilai-nilai juga berperan dalam pola pilihan dan keinginan dalam jangka panjang.

4) Faktor Psikologis

Proses psikologis yang berkaitan dengan pengambilan keputusan pembelian.

Proses ini terdiri dari:

a) Motivasi

Individu memiliki berbagai kebutuhan pada waktu tertentu yang cukup kuat untuk mendorong tindakan.

b) Persepsi

Proses yang dilakukan oleh orang untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasikan data untuk membentuk pemahaman tentang dunia yang bermakna.

c) Pembelajaran

Terjadi akibat perubahan perilaku yang berasal dari pengalaman seseorang.

d) Memori

Pengetahuan konsumen mengenai informasi merek yang disimpan dalam ingatan sangat berpengaruh terhadap tindakan pembelian mereka.

7. Literasi Keuangan

a. Pengertian Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah kemampuan seseorang untuk memahami dan mengatur uang dengan baik supaya dapat mencapai situasi keuangan yang lebih baik. Menurut (A. J. Sari & Pradesyah, 2023) definisi "literasi keuangan" meliputi pemahaman mengenai lembaga keuangan, produk yang mereka tawarkan, serta kemungkinan keuntungan dan risikonya. Ini juga mencakup pemahaman tentang fungsi, karakteristik, dan dampak keuangan dari pilihan yang diambil dalam menggunakan produk seperti tabungan, pinjaman, investasi, dan layanan digital yang mencakup cicilan.

Menurut (Mujiatun, 2023) literasi keuangan adalah pemahaman dan kemampuan untuk menggunakan pengetahuan mengenai konsep dan risiko, serta keterampilan yang diperlukan untuk membuat pilihan yang tepat dalam

hal keuangan demi meningkatkan kondisi keuangan, baik bagi individu maupun masyarakat, dan dapat berpartisipasi dalam lingkup masyarakat.

Sedangkan menurut (Syahrul Amsari, 2024) definisi literasi keuangan merujuk pada pengetahuan atau keterampilan tentang isu-isu keuangan yang dapat mempengaruhi perilaku individu dalam rangka meningkatkan kemampuan mereka dalam mengambil keputusan finansial yang tepat serta mengatur keuangannya untuk mencapai kesejahteraan ekonomi.

Berdasarkan berbagai definisi yang telah disebutkan, dapat menyimpulkan bahwa literasi keuangan dapat diartikan sebagai kapasitas seseorang untuk memahami, mengatur, dan menggunakan pengetahuan serta keterampilan keuangan dengan baik agar dapat membuat pilihan finansial yang akurat. Literasi keuangan meliputi pemahaman tentang institusi dan produk keuangan, serta risiko dan keuntungan yang terkait, serta kemampuan untuk menerapkan pengetahuan tersebut dalam mengelola keuangan pribadi supaya dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi, baik untuk diri sendiri maupun dalam konteks masyarakat.

a. Indikator Literasi Keuangan

Menurut (Harto et al., 2023) indikator literasi keuangan ada empat yaitu:

1) Pemahaman Keuangan Dasar

Kemampuan untuk mengerti aspek-aspek dasar dalam keuangan seperti inflasi, suku bunga, risiko finansial, serta signifikansi dari perencanaan keuangan, termasuk istilah-istilah keuangan yang memengaruhi keputusan harian.

2) Menabung dan Meminjam

Pemahaman mengenai pentingnya menabung dan pengelolaan utang yang cerdas, termasuk pilihan produk tabungan serta pemahaman tentang biaya dan bunga pinjaman.

3) Asuransi

Informasi tentang produk asuransi dan keuntungan yang ditawarkannya untuk mengurangi kemungkinan kerugian finansial yang tidak terduga, mencakup asuransi kesehatan, jiwa, maupun asset.

4) Investasi

Kemampuan untuk memahami berbagai jenis instrumen investasi, risiko yang mungkin muncul, serta mengambil keputusan investasi yang membantu dalam pertumbuhan kekayaan secara bertahap.

b. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan

Menurut (Harto et al., 2023) terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi literasi keuangan sebagai berikut:

1) Pengetahuan Finansial

adalah pemahaman untuk mengerti istilah, gagasan, dan peran dari produk keuangan serta dampaknya terhadap manajemen keuangan individu.

2) Sikap Finansial

adalah tingkat minat atau dorongan seseorang dalam aktif mengelola dan menggunakan data keuangan. Contohnya termasuk layanan giro, proses kliring, L/C, dan sebagainya.

3) Perilaku Keuangan

adalah kondisi perilaku seseorang dalam menyusun, mencatat, dan mengelola keuangan pribadi demi mencapai target keuangan.

Literasi keuangan dalam penelitian ini diposisikan sebagai variabel moderasi, karena kemampuan individu dalam mengelola keuangan diyakini mampu memperkuat atau memperlemah pengaruh gaya hidup hedonis dan penggunaan *SPayLater* terhadap perilaku konsumtif. Mahasiswa dengan literasi keuangan yang baik cenderung lebih mampu mengendalikan perilaku konsumtif meskipun memiliki gaya hidup hedonis atau akses terhadap layanan pembayaran *SPayLater*.

B. Kajian Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini, akan dijelaskan mengenai penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang bisa dijadikan referensi untuk penelitian ini. Penelitian sebelumnya mencakup sebagian dari hasil-hasil penelitian yang telah dikerjakan oleh pihak lain dalam bentuk skripsi, artikel, atau karya ilmiah lainnya yang berhubungan dengan topik penelitian saat ini. Berikut ini adalah beberapa contoh penelitian yang telah dipilih.

Tabel 2. 1 Kajian Penelitian Terdahulu

| No | Nama Peneliti | Judul Penelitian | Variabel Penelitian | Metode Penelitian | Hasil Penelitian |
|----|---|---|--|--------------------|--|
| 1. | Febriana Sa'idah dan Dhiah Fitriyati (2022) | Analisis Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Era Pandemi Covid-19 | Variabel X: X1: Literasi Ekonomi X2: Gaya Hidup Hedonis Variabel Y: Perilaku Konsumtif | Metode Kuantitatif | Hasil penelitian ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh negatif secara parsial literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif, hal ini ditunjukkan dengan hasil t hitung $(-3,406) > t$ tabel $(-1,670649)$ dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$, sehingga kesimpulan hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima. Terdapat pengaruh positif gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif yang ditunjukkan dengan hasil t-hitung $(10,237) > t$ table $(1,670649)$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Terdapat pengaruh secara simultan literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.. |
| 2. | Ayu Nuro'im dan Muhammad | Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Dan | Variabel X: | Metode Kuantitatif | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis |

| | | | | | |
|----|--------------------------|--|--|-----------------------|---|
| | Anasrulloh (2023) | Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Semester Iv, Vi Dan Viii Universitas Bhinneka Pgri Tulungagung Tahun Akademik 2022/2023 | X1: Gaya Hidup Hedonis X2: Media Sosial Variabel Y: Perilaku Konsumtif | | memiliki pengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, gaya hidup hedonis dan media sosial secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. |
| 3. | Harun Na Rasid (2024) | Analisis Pengaruh Penggunaan Fitur <i>SpayLater</i> pada Marketplace Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akuntansi Syariah | Variabel X: X1: Penggunaan Fitur <i>SPayLater</i> Marketplace Shopee Variabel Y: Perilaku Konsumtif | Metode Kuantitatif | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan fitur <i>Spaylater</i> pada Shopee berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Akuntansi Syariah STEBI KHAS. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemudahan pembayaran yang ditawarkan oleh fitur <i>Spaylater</i> dapat mendorong mahasiswa |

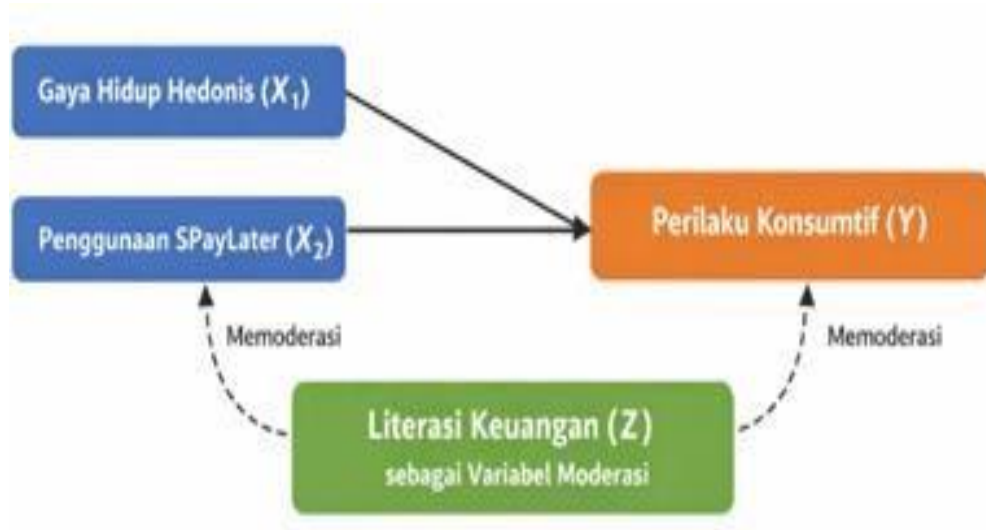
| | | | | | |
|----|--|--|--|--|--|
| | | STEBI KHAS | | | untuk melakukan pembelian impulsif dan berperilaku konsumtif. |
| 4. | Dina Dwi Silvalorensa, Hartono dan Toto Heru Dwihandoko (2024) | Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Penggunaan <i>SPaylater</i> pada Generasi Z di Kecamatan Magersari Kota Mojokerto | Variabel X: X1: Literasi Keuangan X2: Gaya Hidup Variabel Y: Penggunaan <i>SPayLater</i> | Metode Kuantitatif | Dalam penelitian ini teknik yang digunakan untuk menentukan ukuran sampel adalah teknik Solvin dan menghasilkan jumlah sampel sebanyak 389 responden. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan <i>spaylater</i> . Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap penggunaan <i>SPayLater</i> . Literasi keuangan dan gaya hidup bersama sama berpengaruh signifikan terhadap penggunaan <i>SPayLater</i> . |
| 5. | Dea Mahargia Pratiwi dan Zaki Bahrn Ni'am (2023) | Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Penggunaan Shopee <i>Paylater</i> | Variabel X: X1: Literasi Keuangan X2: Gaya Hidup X3: Penggunaan | Metode Kuantitatif jenis penelitaian asosiatif | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap manajemen keuangan pribadi mahasiswa, gaya hidup berpengaruh signifikan |

| | | | | |
|--|---|---|--|---|
| | terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa | Shopee <i>PayLater</i> Variabel Y: Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa | | terhadap manajemen keuangan pribadi mahasiswa. Penggunaan Shopee <i>Paylater</i> berpengaruh signifikan terhadap manajemen keuangan pribadi mahasiswa, dan secara simultan literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan Shopee <i>Paylater</i> berpengaruh signifikan terhadap manajemen keuangan pribadi mahasiswa. |
|--|---|---|--|---|

Judul pada penelitian ini "**Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Dan Penggunaan *SPayLater* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UMSU Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi**" terhubung dengan penelitian sebelumnya yang umumnya menekankan peran literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan layanan *paylater* dalam membentuk perilaku konsumtif. Persamaannya terdapat pada penekanan terhadap dampak gaya hidup hedonis dan penggunaan *SPayLater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Namun, studi ini memiliki keunikan karena mengintegrasikan literasi keuangan sebagai variabel moderasi guna mengevaluasi sejauh mana keterampilan finansial mahasiswa dapat melemahkan atau memperkuat pengaruh kedua variabel tersebut. Berdasarkan penelitian terdahulu, sebagian besar studi menunjukkan bahwa penggunaan *SPayLater* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Namun, terdapat inkonsistensi hasil penelitian yang menunjukkan bahwa tidak semua pengguna *SPayLater* menjadi konsumtif. Selain itu, penelitian yang menguji literasi keuangan sebagai variabel moderasi masih terbatas dan menunjukkan hasil yang beragam. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengisi kesenjangan tersebut, khususnya pada konteks mahasiswa UMSU.

C. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan dari uraian mengenai latar belakang masalah yang telah dijelaskan, maka kerangka pemikiran yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

Gaya hidup hedonis yang mementingkan kesenangan dan penggunaan *SPayLater* diduga memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, namun tingkat pengaruh tersebut tergantung pada kemampuan finansial individu. Mereka yang memiliki kemampuan literasi yang baik biasanya lebih bisa mengatur keuangan dan mengontrol kebiasaan belanja, sehingga tidak mudah terjebak dalam sikap membeli berlebihan. Di sisi lain, mahasiswa yang memiliki kemampuan literasi yang rendah lebih mudah dipengaruhi oleh gaya hidup dan kemudahan dalam menggunakan *SPayLater*. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus untuk menguji peran kemampuan literasi sebagai variabel yang dapat memperkuat atau mengurangi pengaruh gaya hidup hedonis dan penggunaan *SPayLater* terhadap perilaku konsumsi mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU).

Dalam penelitian ini, literasi keuangan diposisikan sebagai variabel moderator yang diprediksi melemahkan pengaruh gaya hidup hedonis dan penggunaan *SPayLater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Individu dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung lebih mampu mengendalikan dorongan konsumsi berbasis emosi dan memanfaatkan layanan keuangan secara lebih rasional.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan atau dugaan yang diajukan sebagai jawaban sementara untuk suatu masalah dalam penelitian yang kemudian perlu diuji secara empiris untuk menilai kebenarannya (Syahrul Amsari, 2024). Adapun hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

- Ho₁: Tidak terdapat pengaruh signifikan gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UMSU.
- Ha₁: Terdapat pengaruh positif dan signifikan gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UMSU.
- Ho₂: Tidak terdapat pengaruh signifikan penggunaan *SPayLater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UMSU.
- Ha₂: Terdapat pengaruh positif dan signifikan penggunaan *SPayLater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UMSU.
- Ho₃: Literasi keuangan tidak memoderasi hubungan antara gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif mahasiswa UMSU.
- Ha₃: Literasi keuangan memoderasi hubungan antara gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif mahasiswa UMSU.
- Ho₄: Literasi keuangan tidak memoderasi hubungan antara penggunaan *SPayLater* dan perilaku konsumtif mahasiswa UMSU.
- Ha₄: Literasi keuangan memoderasi hubungan antara penggunaan *SPayLater* dan perilaku konsumtif mahasiswa UMSU.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif yang bertujuan pada pengujian teori dengan cara mengukur variabel penelitian menggunakan angka dan menganalisis data dengan metode statistik (Siroj et al., 2024). Pendekatan yang dipilih ini sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari gaya hidup hedonis (X_1) dan penggunaan *SPayLater* (X_2) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Y), dengan literasi keuangan (Z) berfungsi sebagai variabel moderasi yang dapat memperkuat atau melemahkan hubungan antar variabel tersebut. Data yang dikumpulkan selanjutnya akan dianalisis menggunakan *Partial Least Square–Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) melalui aplikasi *SmartPLS* 3.0, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Metode SEM berbasis *Partial Least Square (PLS)* digunakan karena penelitian ini bersifat prediktif serta memiliki jumlah sampel yang relatif kecil. Selain itu *PLS* tidak memerlukan asumsi normalitas data yang ketat sehingga lebih fleksibel dalam pengolahan data penelitian.

Pengujian variabel moderasi dalam penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan *two-stage approach* pada *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Pendekatan ini digunakan karena variabel moderator bersifat reflektif dan untuk menghindari potensi *multikolinearitas*. Pada tahap pertama, dilakukan pengujian hubungan langsung antar variabel. Selanjutnya, pada tahap kedua dibentuk variabel interaksi antara variabel independen dan variabel moderasi untuk menguji efek moderasi terhadap variabel dependen.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di lingkungan Kampus Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) yang beralamat di Jl. Kapten Muchtar Basri No. 3, Glugur Darat II, Kecamatan Medan Timur, Kota Medan, Sumatera Utara 20238. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada banyaknya mahasiswa UMSU yang aktif menggunakan layanan keuangan digital, khususnya fitur *SPayLater*, serta tingginya dinamika gaya

hidup mahasiswa yang relevan dengan variabel penelitian. Selain itu, UMSU dipilih karena keberagaman karakteristik mahasiswa yang memungkinkan peneliti memperoleh data yang representatif mengenai perilaku konsumtif dan tingkat literasi keuangan.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian di jadwalkan selama 6 bulan, dimulai dari bulan Oktober 2025 s/d Maret 2026 yang mencakup tahap pengumpulan data melalui survei, pengolahan data, hingga penyusunan laporan hasil penelitian. Dengan rincian waktu penelitian yang dijelaskan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Rincian Waktu Penelitian

| No | Kegiatan | Oktober 2025 | | | | November 2025 | | | | Desember 2025 | | | | Januari 2026 | | | | Februari 2026 | | | | Maret 2026 | | | |
|----|--------------------------|--------------|---|---|---|---------------|---|---|---|---------------|---|---|---|--------------|---|---|---|---------------|---|---|---|------------|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Pengajuan Judul | | | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Penyusunan Proposal | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | |
| 3 | Bimbingan Proposal | | | | | | ■ | | ■ | | ■ | | ■ | | ■ | | ■ | | ■ | | ■ | | ■ | | |
| 4 | Seminar Proposal | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | Pengumpulan Data | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 | Bimbingan Skripsi/Jurnal | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7 | Sidang Meja Hijau | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah suatu jumlah wilayah yang terdiri dari subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang diidentifikasi oleh peneliti, kemudian ditarik kesimpulan (Amin et al., 2023). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) jenjang sarjana (S1) yang masih terdaftar pada tahun akademik berjalan, yang berasal dari 8 (delapan) fakultas di

lingkungan UMSU, tidak termasuk fakultas kedokteran. Berikut adalah jumlah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) yang dijadikan sebagai populasi:

Tabel 3. 2 Populasi Mahasiswa UMSU (Genap 2024) Non Kedokteran

| No | Fakultas | Jumlah Mahasiswa |
|----|--|------------------|
| 1 | Fakultas Agama Islam | 2064 |
| 2 | Fakultas Ekonomi dan Bisnis | 4563 |
| 3 | Fakultas Hukum | 2531 |
| 4 | Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik | 2176 |
| 5 | Fakultas Ilmu Keguruan dan Ilmu Pendidikan | 2733 |
| 6 | Fakultas Teknik | 2488 |
| 7 | Fakultas Pertanian | 1632 |
| 8 | Fakultas Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi | 1299 |
| | Total | 16.955 |

Sumber: <https://pddikti.kemdiktisaintek.go.id/>

Berdasarkan data yang diperoleh dari PDDIKTI jumlah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) dari masing-masing fakultas yang dijadikan sebagai populasi berjumlah 16.955 mahasiswa.

2. Sampel

Menurut (Amin et al., 2023) sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili karakteristik populasi secara keseluruhan dan digunakan sebagai sumber data utama dalam penelitian. Penggunaan sampel dilakukan karena keterbatasan peneliti dalam menjangkau seluruh populasi, baik dari segi waktu, tenaga, maupun biaya, serta besarnya jumlah populasi yang diteliti.

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa aktif Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU)
Jenjang pendidikan S1.
2. Pernah menggunakan layanan *SPayLater*

3. Berusia ≥ 17 tahun
4. Memiliki uang saku atau pendapatan bulanan

Penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan pedoman yang dikemukakan oleh Hair (Joseph F. Hair, 2021) yang menyatakan bahwa ukuran sampel minimum dalam penelitian multivariat adalah 5 hingga 10 kali jumlah indikator penelitian, terutama ketika penelitian melibatkan beberapa variabel laten dan indikator pengukuran.

Berdasarkan indikator yang digunakan dalam penelitian ini, terdapat 16 indikator yang mencakup variabel gaya hidup hedonis, penggunaan *SPayLater*, perilaku konsumtif, serta literasi keuangan sebagai variabel moderasi. Dengan demikian, ukuran sampel minimum yang diperlukan adalah $16 \times 5 = 80$ responden. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 80 responden ditentukan dengan mempertimbangkan karakteristik metode analisis yang digunakan, yaitu *Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS)*. Menurut Hair et al. (2017), metode PLS-SEM tidak mensyaratkan ukuran sampel yang besar seperti *covariance-based SEM*, karena bersifat *variance-based* dan lebih fleksibel terhadap jumlah sampel yang relatif kecil. Salah satu aturan yang umum digunakan adalah *rule of thumb 10 times rule*, yaitu jumlah sampel minimal adalah 10 kali dari jumlah indikator terbanyak yang menuju suatu konstruk atau jumlah jalur struktural terbesar dalam model.

Dalam penelitian ini, jumlah indikator dan jalur hubungan antar variabel masih berada dalam batas yang memungkinkan, sehingga jumlah sampel sebanyak 80 responden telah memenuhi kriteria minimum untuk analisis menggunakan PLS-SEM. Selain itu, mengacu pada Chin (1998), ukuran sampel antara 30 hingga 100 responden masih dapat diterima dalam analisis PLS, terutama untuk penelitian eksploratif dan prediktif. Dengan demikian, jumlah sampel sebanyak 80 responden dinilai cukup representatif dan memenuhi syarat metodologis untuk menghasilkan estimasi yang stabil dalam model penelitian ini

D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah elemen penting dalam sebuah penelitian. Variabel merujuk pada ide, ciri, atau angka yang dapat berubah atau diukur dalam sebuah penelitian. Penelitian yang berkualitas harus mampu mengenali dan menangani variabel-variabel yang berkaitan dengan tujuan penelitian (Rachman, 2024). Dalam penelitian ini terdapat 4

variabel yakni, gaya hidup hedonis, penggunaan *SPaylater*, perilaku konsumtif, literasi keuangan. Keempat variabel tersebut dibagi menjadi tiga variabel yaitu variabel independent (variabel bebas), variabel dependen (variabel terikat) dan variabel moderasi.

1. Variabel Bebas (independent variabel)

Variabel Bebas atau independen (variabel eksperimen) adalah variabel yang akan diuji pengaruhnya terhadap variabel terikat atau dependen, yang sering disebut sebagai variabel dampak (Pertwi & Jailani, 2023). Lambang variabel bebas adalah X. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah gaya hidup hedonis (X1), dan penggunaan *SPayLater* (X2).

2. Variabel Terikat (dependen variabel)

Variabel Terikat atau dependen (variabel dampak) adalah hasil atau pengaruh yang timbul dari variabel bebas atau perlakuan. Biasanya, variabel terikat adalah fokus dari penelitian, dimana kualitasnya ingin ditingkatkan (Pertwi & Jailani, 2023). Lambang variabel terikat adalah Y. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah perilaku konsumtif (Y).

3. Variabel Moderasi (moderating variabel)

Variabel Moderasi adalah variabel yang mempengaruhi (memperkuat atau memperlemah) hubungan antar variabel dependen dan independent (Mappanyuki, 2019). Lambang variabel moderasi adalah Z. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel moderasi adalah literasi keuangan (Z).

Dalam penelitian ini, definisi operasional variabel adalah sebagai berikut: Tujuan dari variabel ini adalah untuk mengetahui seberapa erat variabel satu faktor dengan variabel lainnya.

1. Variabel Bebas

a. Gaya Hidup Hedonis (X1)

Gaya hidup hedonis dalam penelitian (Rojiati et al., 2021) gaya hidup diartikan sebagai perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka.

b. Penggunaan *SPayLater* (X2)

SPayLater adalah salah satu fitur dalam aplikasi Shopee yang menawarkan metode pembayaran melalui pinjaman atau cicilan yang diberikan oleh Shopee kepada penggunaannya. *SPayLater* memiliki dampak pada kehidupan masyarakat, terutama bagi kalangan mahasiswa (Lestari, 2024). Untuk mengevaluasi sejauh

mana mahasiswa memanfaatkan layanan pembayaran *SPayLater* sebagai solusi kredit digital yang mempermudah proses belanja dengan opsi cicilan, serta bagaimana hal tersebut mempengaruhi perilaku keuangan mereka.

2. Variabel Terikat Perilaku Konsumtif (Y)

Perilaku konsumtif merupakan tindakan membeli produk untuk memenuhi keinginan secara berlebihan yang dapat mengakibatkan pemborosan serta ketidak efisienan biaya. Salah satu karakteristik dari perilaku konsumsi adalah pembelian impulsif, yaitu tindakan belanja yang tidak logis dan tidak terencana (Kadua et al., 2023). Untuk menganalisis tingkat kecenderungan mahasiswa dalam melakukan pembelian secara impulsif, berlebihan, dan tidak direncanakan yang lebih didorong oleh keinginan daripada kebutuhan.

3. Variabel Moderasi Literasi Keuangan (Z)

Literasi keuangan adalah merujuk pada pengetahuan atau keterampilan tentang isu-isu keuangan yang dapat mempengaruhi perilaku individu dalam rangka meningkatkan kemampuan mereka dalam mengambil keputusan finansial yang tepat serta mengatur keuangannya untuk mencapai kesejahteraan ekonomi (Syahrul Amsari, 2024). Untuk mengetahui kemampuan mahasiswa dalam memahami, mengelola, dan membuat pilihan keuangan yang tepat, serta melihat apakah tingkat pemahaman tersebut memperkuat atau mengurangi dampak gaya hidup hedonis dan penggunaan *SPayLater* terhadap pola konsumsi merek.

Tabel 3. 3 Indikator Variabel

| No | Variabel | Indikator |
|----|----------------------------------|---|
| 1 | Gaya Hidup Hedonis (X1) | 1) Aktivitas 2) Minat 3) Opini (Alfrin Erman Sampoerno, 2021). |
| 2 | Penggunaan <i>SPayLater</i> (X2) | 1) Persepsi Kemudahan 2) Persepsi Manfaat 3) Intensitas Penggunaan 4) Sikap dalam Penggunaan (Fitri et al., 2024). |
| 3 | Perilaku Konsumtif (Y) | 1) Membeli Barang Karena Terdorong Oleh Tawaran Hadiah |

| | | |
|---|-----------------------|--|
| | | <ul style="list-style-type: none"> 2) Membeli Barang Karena Daya Tarik Kemasan 3) Membeli Barang Untuk Menjaga Penampilan dan Gengsi 4) Membeli Barang Berdasarkan Harga (bukan karena manfaat dan fungsinya) 5) Membeli Barang Hanya Sekadar Untuk Mempertahankan Simbol Status (Fitri et al., 2024). |
| 4 | Literasi Keuangan (Z) | <ul style="list-style-type: none"> 1) Pengetahuan Keuangan Dasar 2) Tabungan dan Pinjaman 3) Asuransi 4) Investasi (Harto et al., 2023). |

E. Teknik Pengumpulan Data

Data yang relevan dikumpulkan melalui metode pengumpulan data.

1. Studi Pustaka

Studi pustaka, juga dikenal sebagai studi dokumen, adalah teknik pengumpulan data sekunder yang melibatkan pengutipan dan analisis data, teori, dan informasi dari berbagai buku, dokumen, internet, dan media cetak (Sugiyono, 2021).

2. Observasi

Setelah studi pustaka selesai, langkah kedua dalam pengumpulan data adalah observasi. Observasi dilakukan dengan mengamati kondisi lapangan saat ini. (Usman et al., 2020). Dengan melakukan observasi, penulis memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang subjek dan objek penelitian.

3. Angket

Menurut (Sugiyono, 2021) Angket atau kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan memberi responden seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab.

Tabel 3. 4 Skala Likert

| Keterangan | Skor |
|---------------------------|-------------|
| Sangat Setuju (SS) | 5 |
| Setuju (S) | 4 |
| Netral (N) | 3 |
| Tidak Setuju (TS) | 2 |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 |

Sumber: (Sugiyono, 2021)

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang dipakai untuk menghimpun informasi dalam sebuah studi. Dalam penelitian, pengumpulan informasi bertujuan untuk mendapatkan data yang penting bagi peneliti. Dalam penelitian (Sukendra et al., 2019) alat yang digunakan adalah kuesioner yang disusun berdasarkan indikator variabel, instrumen penelitian ini akan dipakai untuk melakukan pengukuran dengan maksud menghasilkan data kuantitatif yang berkaitan. Pada penelitian ini, alat yang digunakan adalah kuesioner yang menerapkan skala riset.

G. Uji Persyarat

Uji persyarat yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Uji Model Pengukuran (Outer Model)

Model pengukuran (outer model) menunjukkan hubungan antara indikator dengan variabel laten. Evaluasi model pengukuran dilakukan untuk menilai validitas dan reliabilitas konstruk. Uji validitas meliputi validitas konvergen yang diukur melalui nilai *outer loading* dan *Average Variance Extracted (AVE)*, serta validitas diskriminan yang dilihat melalui kriteria *cross loading* dan *Fornell–Larcker*. Uji reliabilitas konstruk dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*, di mana suatu konstruk dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* $\geq 0,70$ (Ghozali, 2021).

2. Uji Model Struktural (Inner Model)

Model struktural (inner model) menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan kerangka konseptual penelitian. Evaluasi model struktural dilakukan

dengan menguji multikolinearitas melalui nilai *Variance Inflation Factor* (VIF), koefisien determinasi (R^2) untuk melihat kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen, serta *effect size* (F^2) untuk mengetahui besarnya pengaruh antar variabel. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan metode *bootstrapping* untuk mengetahui pengaruh *direct effect*, *Moderating Effect* dan termasuk pengujian pengaruh variabel moderasi literasi keuangan (Juliandi, 2018).

H. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, teknik analisis data digunakan untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan pendekatan *Partial Least Square–Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan *software SmartPLS*. Metode *PLS-SEM* dipilih karena mampu menganalisis hubungan antar variabel laten secara simultan serta tidak mensyaratkan data berdistribusi normal. Tahapan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji Validitas Data

a. Uji Validitas Konvergen (*Convergency Validity*)

Uji validitas konvergen bertujuan untuk mengetahui sejauh mana indikator mampu merefleksikan variabel laten yang diukurnya. Validitas konvergen dinilai melalui nilai *outer loading* dan *Average Variance Extracted* (AVE) (Hair et al., 2019). Kriteria pengujian validitas konvergen adalah sebagai berikut:

- 1) Nilai *outer loading* $\geq 0,70$ dinyatakan valid
- 2) Nilai AVE $\geq 0,50$ menunjukkan konstruk memiliki validitas konvergen yang baik.

b. Uji Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Uji validitas diskriminan digunakan untuk memastikan bahwa suatu konstruk memiliki perbedaan yang jelas dengan konstruk lainnya. Validitas diskriminan diuji dengan melihat nilai *cross loading* dan kriteria *Fornell–Larcker*, di mana nilai korelasi konstruk dengan indikatornya harus lebih besar dibandingkan dengan konstruk lain (Ghozali, 2021).

c. Uji Reliabilitas (*Reliability*)

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsistensi internal indikator dalam mengukur variabel laten. Uji reliabilitas dalam penelitian ini

menggunakan nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* (Hair et al., 2019). Adapun kriteria pengujian reliabilitas adalah sebagai berikut:

- 1) Nilai *Cronbach's Alpha* $\geq 0,70$ menunjukkan reliabilitas yang baik
- 2) Nilai *Composite Reliability* $\geq 0,70$ menunjukkan konstruk reliabel.

2. Uji Model Struktural (Inner Model)

Model struktural (inner model) menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan kerangka konseptual penelitian. Evaluasi model struktural dilakukan dengan menguji multikolinearitas melalui nilai *Variance Inflation Factor* (VIF), koefisien determinasi (R^2) untuk melihat kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen, serta *effect size* (F^2) untuk mengetahui besarnya pengaruh antar variabel. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan metode *bootstrapping* untuk mengetahui pengaruh *direct effect*, *Moderating Effect* dan termasuk pengujian pengaruh variabel moderasi literasi keuangan (Juliandi, 2018).

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui keseluruhan model seberapa besar atau kuat variabel independen, yaitu gaya hidup hedonis dan penggunaan *SPayLater*, dalam menjelaskan variabel dependen terhadap perilaku konsumtif (Ghozali, 2021).

b. Uji Effect Size (F^2)

Uji F^2 digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai F^2 sebesar 0,02 menunjukkan pengaruh kecil, 0,15 menunjukkan pengaruh sedang, dan 0,35 menunjukkan pengaruh besar (Ghozali, 2021).

3. Uji Hipotesis

a. *Direct Effects* (Pengaruh Langsung)

Tujuan analisis *direct effect* berguna untuk menguji hipotesis pengaruh langsung suatu variabel yang mempengaruhi (eksogen) terhadap variabel yang dipengaruhi (endogen) (Juliandi, 2018). Kriteria pengujian hipotesis *direct effect* adalah sebagai berikut :

- 1) Jika nilai koefisien jalur adalah positif, maka pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain adalah searah, jika nilai-nilai suatu variabel meningkat/naik, maka nilai variabel lainnya juga meningkat/naik.

- 2) Jika nilai koefisien jalur adalah negatif, maka pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain adalah berlawanan arah, jika nilai- nilai suatu variabel meningkat/naik, maka nilai variabel lainnya akan menurun/rendah.
- 3) Nilai signifikan (*p-value*) jika nilai *p-value* < 0,05 maka signifikan, dan jika *p-value* > 0,05 maka tidak signifikan.

b. Moderating Effect (Uji Efek Moderasi)

Uji efek moderasi bertujuan untuk mengetahui apakah variabel literasi keuangan mampu memperkuat atau melemahkan pengaruh gaya hidup hedonis dan penggunaan *SPayLater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Pengujian moderasi dalam penelitian ini dilakukan dengan membentuk variabel interaksi antara variabel independen dan variabel moderator ($X \times Z$), kemudian dianalisis menggunakan metode *bootstrapping* pada *SmartPLS* (Ghozali, 2021). Kriteria pengujian efek moderasi adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai *P-Values* < 0,05, maka variabel literasi keuangan terbukti memoderasi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.
- 2) Jika nilai *P-Values* > 0,05, maka variabel literasi keuangan tidak berperan sebagai moderator.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Institusi

1. Sejarah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Kewajiban mencerdaskan kehidupan bangsa sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945 merupakan tanggung jawab bersama antara pemerintah dan masyarakat. Partisipasi masyarakat dalam pembangunan kualitas sumber daya manusia menjadi faktor penting dalam mewujudkan tujuan nasional. Dalam konteks ini, Muhammadiyah sebagai gerakan tajdid yang didirikan pada 18 November 1912 berperan aktif dalam pengembangan pendidikan melalui berbagai amal usaha, mulai dari pendidikan prasekolah hingga perguruan tinggi yang tersebar di seluruh Indonesia.

Salah satu amal usaha tersebut adalah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) yang didirikan di Medan pada 27 Februari 1957 dengan asas Islam yang bersumber pada Al-Qur'an dan Sunnah. Pendirian UMSU diprakarsai oleh sejumlah tokoh Muhammadiyah, antara lain Bustami Ibrahim, D. Diyar Karim, Rustam Thayib, dan beberapa tokoh lainnya. Pada awal perkembangannya, UMSU berawal dari Fakultas Falsafah dan Hukum Islam Muhammadiyah yang kemudian berkembang menjadi Perguruan Tinggi Muhammadiyah Sumatera Utara pada tahun 1968 dengan tiga fakultas, yaitu Fakultas Ilmu Pendidikan, Fakultas Ilmu Agama Jurusan Dakwah, dan Fakultas Syariah. Secara resmi UMSU dikukuhkan melalui Piagam Pendirian oleh Pimpinan Pusat Muhammadiyah pada 28 Mei 1974.

Seiring perkembangannya, UMSU mengalami pertumbuhan yang pesat dan kini memiliki delapan fakultas, yaitu Fakultas Pertanian, Fakultas Teknik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Fakultas Hukum, Fakultas Agama Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, serta Fakultas Kedokteran yang didirikan pada tahun 2008. Selain itu, program pascasarjana UMSU juga menawarkan berbagai program studi magister seperti Manajemen, Akuntansi, Hukum, Kenotariatan, Komunikasi, Teknik Elektro, Matematika, dan Manajemen Pendidikan, serta sedang mengembangkan program doktoral di bidang hukum.

Dalam perkembangannya, UMSU juga membina beberapa perguruan tinggi Muhammadiyah lainnya dan terus melakukan pengembangan sarana serta sistem pendidikan. Kampus utama yang awalnya berada di Jalan Gedung Arca kemudian berkembang ke kampus utama di Jalan Mukhtar Basri serta pembangunan gedung pascasarjana di Jalan Denai. Di bawah kepemimpinan Agussani, UMSU melakukan berbagai transformasi, termasuk penguatan sistem informasi akademik, pembangunan observatorium ilmu falak, serta pengembangan kerja sama internasional melalui Kantor Urusan Internasional guna mendukung visi UMSU menjadi universitas berkelas internasional.

2. Visi

Menjadi Perguruan Tinggi yang unggul dalam membangun peradaban bangsa dengan mengembangkan ilmu pengetahuan, teknologi dan Sumber Daya manusia berdasarkan Al-Islam dan Kemuhammadiyah

3. Misi

Untuk mewujudkan visinya, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara memiliki misi sebagai berikut:

- a. Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran berdasarkan Al-Islam dan Kemuhammadiyah.
- b. Menyelenggarakan penelitian, pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi berdasarkan Al-Islam dan Kemuhammadiyah.
- c. Melakukan pengabdian kepada masyarakat melalui pemberdayaan dan pengembangan kehidupan masyarakat berdasarkan Al-Islam dan Kemuhammadiyah.

4. Lambang UMSU



Gambar 4. 1 Lambang Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

- a. Gambar Matahari
- b. Perkataan “Muhammadiyah” dalam tulisan Arab
- c. Dua Kalimat Syahadat dalam tulisan Arab
- d. Lukisan Padi dan Kapas
- e. Kalimat Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang membentuk lingkaran.
- f. Lingkaran segi lima.

Arti dan lambang sebagaimana tersebut di atas adalah :

- 1) **Matahari:** Benda angkasa luar ciptaan Allah SWT, sinarnya sangat berguna bagi kehidupan semua makhluk-Nya. Persyarikatan Muhammadiyah menggambarkan gerak dan manfaatnya bagaikan matahari dengan sinarnya yang selalu memberikan manfaat bagi hidup dan kehidupan manusia.
- 2) **Perkataan “Muhammadiyah”** dalam tulisan Arab adalah nama Persyarikatan Muhammadiyah.
- 3) **Dua Kalimat Syahadat dalam tulisan Arab:** bermakna penyaksian bahwa sesungguhnya tidak ada Tuhan kecuali Allah SWT dan bahwa sesungguhnya Nabi Muhammad SAW adalah utusan Allah. Keyakinan ini merupakan aqidah yang paling hakiki bagi setiap muslim. Dengan demikian

Persyarikatan Muhammadiyah menyeru kepada ummat manusia agar dengan sadar memeluk agama Islam dan menjadi penolong serta penegak Islam.

- 4) **Lukisan Padi dan Kapas:** terdiri dari 19 dan 12 tangkai, gabungan keduanya menunjukkan tahun berdirinya Persyarikatan Muhammadiyah di Indonesia yang juga berarti lambang kemakmuran dan kesejahteraan yang menjadi cita-cita bangsa Indonesia.
- 5) **Kalimat Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara:** lembaga pendidikan tinggi dalam Persyarikatan Muhammadiyah yang berkedudukan di Sumatera Utara.
- 6) **Lingkaran segi lima:** simbol dalam Falsafah Pancasila.

5. Struktur Pemimpin

Tabel 4. 1 Struktur Pemimpin

| No | Fakultas | Nama | Jabatan |
|----|--------------------------------------|---|------------------|
| 1 | | Assoc. Prof. Dr. Agussani, M.AP | Rektor |
| 2 | | Prof. Dr. Muhammad Arifin, S.H., M.Hum | Wakil Rektor I |
| 3 | Rektorat | Prof. Dr. Akrim, M.Pd | Wakil Rektor II |
| 4 | | Assoc. Prof. Dr. Rudianto, S.Sos., M.Si | Wakil Rektor III |
| 5 | | Assoc. Prof. Dr. Zailani, M.A | Dekan |
| 6 | Agama Islam | Assoc. Prof. Dr. Rizka Harfiani, M.Psi | Wakil Dekan I |
| 7 | | Dr. Muhammad Ruslan, M.Pd | Wakil Dekan III |
| 8 | | Dr. Hj. Syamsuyurnita, M.Pd | Dekan |
| 9 | Ilmu Keguruan dan Pendidikan | Dr. Hj. Dewi Kesuma Nst, M.Hum | Wakil Dekan I |
| 10 | | Dr. Mandra Saragih, M.Hum | Wakil Dekan III |
| 11 | | Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP | Dekan |
| 12 | Ilmu Sosial dan Ilmu Politik | Assoc. Prof. Dr. Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom | Wakil Dekan I |
| 13 | | Assoc. Prof. Dr. Hj. Yurisna Tanjung, S.Sos., M.AP | Wakil Dekan III |
| 14 | | Prof. Dr. Ir. Wan Artiani Barus, M.P | Dekan |
| 15 | Pertanian | Dr. Akbar Habib, S.P., M.P | Wakil Dekan I |
| 16 | | Juita Rahmadani Manik S.P., M.Si | Wakil Dekan III |
| 17 | | Dr. Radiman, S.E., M.Si | Dekan |
| 18 | Ekonomi dan Bisnis | Dr. Hasrudy Tanjung S.E., M.Si | Wakil Dekan I |
| 19 | | M. Shareza Hafiz, S.E., M.Acc | Wakil Dekan III |
| 20 | | Assoc. Prof. Dr. Faisal, S.H, M.Hum | Dekan |
| 21 | Hukum | Assoc. Prof. Dr. Zainuddin, S.H, M.H | Wakil Dekan I |
| 22 | | Assoc. Prof. Dr. Atikah Rahmi, S.H, M.H | Wakil Dekan III |
| 23 | | Ir. Ade Faisal, S.T., M.Sc., PhD | Dekan |
| 24 | Teknik | Dr. Kahirul Umurani, S.T., M.T | Wakil Dekan I |
| 25 | | Affandi, S.T., M.T | Wakil Dekan III |
| 26 | | dr. Siti Masliana Siregar Sp. THT-KI., Subsp. Rino(K) | Dekan |
| 27 | Kedokteran dan Ilmu Kesehatan | dr. Rahmanita Sinaga, M.Ked(OG)., Sp.OG | Wakil Dekan I |
| 28 | | Dr. dr. M. Edy Syahputra Nasution, M.Ked(ORL-HNS)., Sp.THTBKL | Wakil Dekan III |

Sumber: <https://umsu.ac.id/program-sarjana/>

6. Profil Fakultas

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) memiliki berbagai program pendidikan yang mencakup diploma (D3), Sarjana (S1), Magister (S2), Doktor (S3), dan program profesi bagi para mahasiswa. Dimana terdapat 9 fakultas, 32 dapertemen, 42 program studi diantaranya sebagai berikut:

a. Fakultas Agama Islam (FAI)

- 1) Pendidikan Agama Islam (S1)
- 2) Manajemen Bisnis Syariah (S1)
- 3) Perbankan Syariah (S1)
- 4) Pendidikan Anak Usia Dini (S1)
- 5) Ilmu Falak (S1)
- 6) Magister Pendidikan Agama Islam (S2)

b. Fakultas Ilmu Komputer Dan Teknologi Informasi (FIKTI)

- 1) Sistem Informasi (S1)
- 2) Teknologi Informasi (S1)
- 3) Sains Data (S1)

c. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis (FEB)

- 1) Manajemen (S1)
- 2) Akuntansi (S1)
- 3) Ekonomi Pembangunan (S1)
- 4) Manajemen Pajak (D3)
- 5) Magister Akuntansi (S2)
- 6) Magister Manajemen (S2)
- 7) Doktor Manajemen (S3)

d. Fakultas Hukum (FAHUM)

- 1) Ilmu Hukum (S1)
- 2) Magister Ilmu Hukum (S2)
- 3) Magister Konotariatan (S2)
- 4) Doktor Hukum (S3)

e. Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik (FISIPOL)

- 1) Ilmu Komunikasi (S1)
- 2) Ilmu Administrasi Publik (S1)
- 3) Kesejahteraan Sosial (S1)
- 4) Magister Ilmu Komunikasi (S2)

f. Fakultas Kedokteran Dan Ilmu Kesehatan (FKIK)

- 1) Pendidikan Dokter (S1)
- 2) Spesialis Kedokteran Keluarga Dan Layanan Primer (S1)
- 3) Magister Biomedis (S2)
- 4) Profesi Dokter

g. Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan (FKIP)

- 1) Pendidikan Matematika (S1)
- 2) Pendidikan Bahasa Indonesia (S1)
- 3) Pendidikan Bahasa Inggris (S1)
- 4) Pendidikan Guru Sekolah Dasar (S1)
- 5) Pendidikan Akuntansi (S1)
- 6) Pendidikan Kewarganegaraan (S1)
- 7) Bimbingan Konseling (S1)
- 8) Magister Pendidikan Matematika (S2)
- 9) Pendidikan Profesi Guru

h. Fakultas Teknik (FATEK)

- 1) Teknik Mesin (S1)
- 2) Teknik Sipil (S1)
- 3) Teknik Elektro (S1)
- 4) Magister Teknik Elektro (S2)

i. Fakultas Pertanian (FAPERTA)

- 1) Agroteknologi (S1)
- 2) Agribisnis (S1)
- 3) Teknologi Hasil Pertanian (S1)
- 4) Magister Ilmu Pertanian (S2)

7. Fasilitas Sarana Dan Prasarana**a. Perpustakaan**

Perpustakaan menyediakan berbagai koleksi buku, jurnal, dan referensi ilmiah sebagai sumber pendukung kegiatan akademik mahasiswa dan dosen.

b. Laboratorium

Laboratorium digunakan untuk kegiatan praktikum, penelitian, dan pengembangan kompetensi mahasiswa sesuai bidang keilmuan masing-masing.

c. Cafetaria

Cafetaria menjadi fasilitas penunjang yang menyediakan makanan dan minuman bagi civitas akademika dalam lingkungan kampus.

d. Kantin UMSU

Kantin UMSU menyediakan berbagai pilihan konsumsi dengan harga terjangkau guna memenuhi kebutuhan mahasiswa sehari-hari.

e. Auditorium

Auditorium difungsikan sebagai tempat pelaksanaan kegiatan akademik dan non-akademik seperti seminar dan kegiatan organisasi.

f. Ruang Sosial

Ruang sosial menjadi sarana interaksi dan diskusi mahasiswa dalam mendukung kegiatan organisasi dan pengembangan *soft skills*.

g. Ruang Pertemuan

Ruang pertemuan digunakan untuk rapat, diskusi, dan kegiatan koordinasi akademik maupun administratif.

h. Pusat Dukungan Untuk Kelompok Minoritas

Fasilitas ini memberikan dukungan dan pendampingan guna menciptakan lingkungan kampus yang inklusif dan berkeadilan.

i. Masjid Taqwa UMSU

Masjid taqwa UMSU menjadi sarana ibadah sekaligus pusat kegiatan keagamaan bagi civitas akademika.

j. Klinik Dan Rumah Sakit

Fasilitas kesehatan ini memberikan layanan medis guna menunjang kesejahteraan mahasiswa dan tenaga pendidik.

k. Rusunawa UMSU (asrama)

Rusunawa menyediakan tempat tinggal bagi mahasiswa, khususnya yang berasal dari luar daerah.

l. Pelayanan Administrasi

Pelayanan administrasi mendukung proses akademik seperti pengurusan KRS, surat-menyurat, dan dokumen akademik lainnya.

m. Radio Kampus Surya Dakwah Muhammadiyah (SDM Radio) FM 92,85

SDM Radio menjadi media informasi dan komunikasi kampus yang mendukung penyebaran informasi edukatif dan dakwah.

n. Jaringan WiFi UMSU Gratis

Jaringan WiFi gratis mendukung akses informasi dan pembelajaran berbasis digital bagi seluruh civitas akademika.

B. Deskripsi Karakteristik Responden

Hasil penelitian tentang Pengaruh Gaya Hidup Dan Penggunaan *SPayLater* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UMSU Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi dibahas dalam bab ini. Data yang digunakan berasal dari kuesioner yang dibagikan kepada 80 mahasiswa pengguna *SPayLater* di UMSU. Tujuan analisis ini adalah untuk memberikan gambaran tentang karakteristik responden sebagai dasar untuk memahami kondisi dan perilaku mahasiswa terkait gaya hidup hedonis, penggunaan *SPayLater*, tingkat literasi keuangan, serta kecenderungan perilaku konsumtif. Responden dalam penelitian ini merupakan mahasiswa aktif UMSU dari berbagai fakultas dan program studi, dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 80 responden.

1. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| No | Jenis Kelamin | Jumlah (Orang) | Persentase (%) |
|-------|---------------|----------------|----------------|
| 1 | Laki-laki | 21 | 26,3% |
| 2 | Perempuan | 59 | 73,7% |
| Total | | 80 | 100% |

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.2, diketahui bahwa jumlah responden laki-laki sebanyak 21 orang (26,3%), sedangkan responden perempuan sebanyak 59 orang (73,7%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan, sehingga partisipasi responden perempuan lebih dominan dibandingkan laki-laki.

2. Fakultas Responden

Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Fakultas

| No | Fakultas | Jumlah (Orang) | Persentase (%) |
|----|----------|----------------|----------------|
| 1 | FAI | 39 | 48,8% |
| 2 | FIKTI | 7 | 8,8% |
| 3 | FEB | 11 | 13,8% |
| 4 | FKIP | 12 | 15,0% |

| | | | |
|-------|---------|----|-------|
| 5 | FAHUM | 4 | 5,0% |
| 6 | FISIPOL | 2 | 2,5% |
| 7 | FATEK | 4 | 5,0% |
| 8 | FAPERTA | 1 | 1,3% |
| Total | | 80 | 100 % |

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan keterangan tabel diatas, diketahui bahwa responden paling banyak berasal dari Fakultas Agama Islam (FAI) sebanyak 39 orang (48,8%), sedangkan jumlah responden paling sedikit berasal dari Fakultas Pertanian (FAPERTA) sebanyak 1 orang (1,3%).

3. Program Studi Responden

Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Program Studi

| No | Program Studi | Jumlah (Orang) | Persentase (%) |
|----|-------------------------------|----------------|----------------|
| 1 | Pendidikan Agama Islam | 11 | 13,7% |
| 2 | Manajemen Bisnis Syariah | 20 | 25,0% |
| 3 | Perbankan Syariah | 2 | 2,5% |
| 4 | Pendidikan Anak Usia Dini | 3 | 3,7% |
| 5 | Ilmu Falak | 2 | 2,5% |
| 6 | Sistem Informasi | 2 | 2,5% |
| 7 | Teknologi Informasi | 5 | 6,2% |
| 8 | Sains Data | 0 | 0% |
| 9 | Manajemen | 6 | 7,5% |
| 10 | Akuntansi | 3 | 3,7% |
| 11 | Ekonomi Pembangunan | 2 | 2,5% |
| 12 | Manajemen Pajak | 0 | 0% |
| 13 | Pendidikan Matematika | 1 | 1,2% |
| 14 | Pendidikan Bahasa Indonesia | 0 | 0% |
| 15 | Pendidikan Bahasa Inggris | 2 | 2,5% |
| 16 | Pendidikan Guru Sekolah Dasar | 4 | 5,0% |
| 17 | Pendidikan Akuntansi | 2 | 2,5% |

| | | | |
|-------|-------------------------------|----|-------|
| 18 | Pendidikan Kewarganegaraan | 2 | 2,5% |
| 19 | Bimbingan Konseling | 1 | 1,2% |
| 20 | Hukum | 4 | 5,0% |
| 21 | Ilmu Komunikasi | 1 | 1,2% |
| 22 | Ilmu Administrasi Publik | 1 | 1,2% |
| 23 | Kesejahteraan Sosial | 0 | 0% |
| 24 | Teknik Mesin | 0 | 0% |
| 25 | Teknik Sipil | 4 | 5,0% |
| 26 | Teknik Elektro | 0 | 0% |
| 27 | Agroteknologi | 0 | 0% |
| 28 | Agribisnis | 1 | 1,2% |
| 29 | Teknologi Hasil Pertanian | 0 | 0% |
| Total | | 80 | 100 % |

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan tabel 4.4, karakteristik responden program studi Manajemen Bisnis Syariah mendominasi dengan 20 responden (25,0%), diikuti oleh Pendidikan Agama Islam sebanyak 11 responden (13,8%). Responden lainnya tersebar pada berbagai program studi dengan jumlah yang relatif lebih kecil, yaitu antara 1 hingga 6 responden dengan persentase 1,3%–5,5%, sementara beberapa program studi tidak memiliki responden.

4. Semester Responden

Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Semester

| No | Semester | Jumlah (Orang) | Persentase (%) |
|-------|----------|----------------|----------------|
| 1 | 2 | 17 | 21,3% |
| 2 | 4 | 13 | 16,3% |
| 3 | 6 | 17 | 21,3% |
| 4 | 8 | 33 | 41,1% |
| Total | | 80 | 100% |

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan tabel 4.5, karakteristik responden sebagian besar responden berasal dari semester 8 sebanyak 33 orang (41,1%). Selanjutnya, responden dari semester

2 dan semester 6 masing-masing berjumlah 17 orang (21,3%), sedangkan semester 4 memiliki jumlah responden paling sedikit yaitu 13 orang (16,3%). Distribusi ini menunjukkan bahwa responden didominasi oleh mahasiswa tingkat akhir yang dinilai telah memiliki pengalaman dan pemahaman yang lebih baik terkait perilaku konsumsi dan penggunaan *SPayLater*.

5. Rentang Uang Saku Perbulan Responden

Tabel 4. 6 Responden Berdasarkan Rentang Uang Saku Per-Bulan

| No | Rentang Uang Saku | Jumlah (Orang) | Persentase (%) |
|-------|-------------------------------|----------------|----------------|
| 1 | < Rp.1.500.000 | 54 | 67,5% |
| 2 | Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000 | 22 | 27,5% |
| 3 | Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000 | 3 | 3,7% |
| 4 | ≥ Rp 4.000.000 | 1 | 1,3% |
| Total | | 80 | 100% |

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan tabel 4.6, mayoritas responden memiliki uang saku < Rp.1.500.000 yaitu sebanyak 54 orang (67,5%). Selanjutnya, responden dengan rentang uang saku Rp.1.500.000–Rp.3.000.000 berjumlah 22 orang (27,5%), sedangkan rentang Rp.3.000.000–Rp.4.000.000 sebanyak 3 orang (3,7%), dan ≥ Rp. 4.000.000 sebanyak 1 orang (1,3%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada kategori uang saku relatif rendah.

6. Status Pengguna *SPayLater* Responden

Tabel 4. 7 Responden Berdasarkan Status Pengguna *SPayLater*

| No | Status Pengguna | Jumlah (Orang) | Persentase (%) |
|-------|-----------------|----------------|----------------|
| 1 | Ya | 80 | 100% |
| 2 | Tidak | 0 | 0% |
| Total | | 80 | 100% |

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan tabel 4.7, seluruh responden dalam penelitian ini merupakan pengguna *SPayLater*, yaitu sebanyak 80 orang (100%), sehingga tidak terdapat responden yang tidak menggunakan layanan *SPayLater*.

7. Frekuensi Penggunaan *SPayLater* Responden

Tabel 4. 8 Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan *SPayLater*

| No | Frekuensi | Jumlah (Orang) | Persentase (%) |
|-------|-------------------|----------------|----------------|
| 1 | Tidak Pernah | 0 | 0% |
| 2 | 1-2 kali | 65 | 81,3% |
| 3 | 3-5 kali | 10 | 12,5% |
| 4 | Lebih dari 5 kali | 5 | 6,3% |
| Total | | 80 | 100% |

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan tabel 4.8, mayoritas responden menggunakan *SPayLater* sebanyak 1–2 kali dalam satu bulan terakhir, yaitu sebesar 81,3%. Selanjutnya, 12,5% responden menggunakan sebanyak 3–5 kali dan 6,3% menggunakan lebih dari 5 kali, sedangkan tidak terdapat responden yang tidak pernah menggunakan *SPayLater*.

8. Tujuan Penggunaan *SPayLater* Responden

Tabel 4. 9 Responden Berdasarkan Tujuan Penggunaan *SPayLater*

| No | Tujuan Penggunaan | Jumlah (Orang) | Persentase (%) |
|-------|--------------------|----------------|----------------|
| 1 | Belanja Fashion | 29 | 36% |
| 2 | Makanan/Minuman | 10 | 13% |
| 3 | Hiburan | 2 | 3% |
| 4 | Transportasi | 3 | 4% |
| 5 | Kebutuhan Akademik | 6 | 8% |
| 6 | Lainnya | 30 | 36% |
| Total | | 80 | 100% |

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan tabel tersebut, mayoritas responden menggunakan *SPayLater* untuk belanja fashion dan kategori lainnya masing-masing sebesar 36%. Selanjutnya, penggunaan untuk makanan/minuman sebesar 13%, kebutuhan akademik 8%,

transportasi 4%, dan hiburan 3%. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan *SPayLater* oleh mahasiswa UMSU lebih dominan untuk kebutuhan konsumtif dibandingkan kebutuhan akademik.

C. Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini membahas pengaruh gaya hidup hedonis dan penggunaan *SPayLater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan literasi keuangan sebagai variabel moderasi. Untuk memastikan kualitas instrumen penelitian, analisis dilakukan dengan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS) melalui aplikasi *SmartPLS 3*. Pengujian model dilakukan melalui dua tahap, yaitu evaluasi model pengukuran (*outer model*) dan evaluasi model struktural (*inner model*).

Evaluasi *outer model* dilakukan untuk menguji validitas dan reliabilitas instrument penelitian, yang meliputi uji *convergent validity*, *discriminant validity*, serta *composite reliability*. Sementara itu, evaluasi *inner model* dilakukan untuk menguji hubungan antar variabel laten dengan melihat nilai *R-square*, *path coefficient*, serta uji signifikansi melalui *bootstrapping*. Setiap indikator dalam penelitian ini dikembangkan menjadi satu atau lebih pernyataan, sehingga total item kuesioner yang digunakan berjumlah 28 pernyataan. Seluruh pernyataan tersebut digunakan untuk mengukur variabel penggunaan *SPayLater* dan perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil pengolahan data dengan *SmartPLS 3* menunjukkan bahwa model penelitian telah memenuhi kriteria pengujian yang ditetapkan dan dapat digunakan untuk menguji hipotesis penelitian.

1. Validitas Data

a. Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Menurut (Ghozali, 2021) *Convergent Validity* adalah indikator yang mengukur besarnya korelasi antara konstruk dengan variabel laten dalam evaluasi *Convergent Validity* dari pemeriksaan individual item *reability*, dapat dilihat dari *standardized loading factor* yang menggambarkan besarnya korelasi antara setiap item pengukuran dengan konstraknya. Nilai yang diharapkan > 0,7, tetapi nilai *outer loading* antara 0,5-0,6 sudah dianggap cukup untuk memenuhi syarat *Convergent Validity*.

Tabel 4. 10 *Outer Loading*

| Variabel | Gaya Hidup Hedonis (X1) | Literasi Keuangan (Z) | Penggunaan <i>SPayLater</i> (X2) | Perilaku Konsumtif (Y) |
|----------|-------------------------|-----------------------|----------------------------------|------------------------|
| X1.1 | 0,797 | | | |
| X1.2 | 0,820 | | | |
| X1.3 | 0,632 | | | |
| X1.4 | 0,849 | | | |
| X1.5 | 0,746 | | | |
| X1.6 | 0,782 | | | |
| X2.1 | | | 0,867 | |
| X2.2 | | | 0,723 | |
| X2.3 | | | 0,789 | |
| X2.4 | | | 0,938 | |
| X2.5 | | | 0,860 | |
| X2.6 | | | 0,828 | |
| Y1.1 | | | | 0,663 |
| Y1.2 | | | | 0,835 |
| Y1.3 | | | | 0,812 |
| Y1.5 | | | | 0,669 |
| Y1.8 | | | | 0,605 |
| Z1.1 | | 0,829 | | |
| Z1.2 | | 0,811 | | |
| Z1.3 | | 0,650 | | |
| Z1.4 | | 0,819 | | |
| Z1.5 | | 0,856 | | |
| Z1.6 | | 0,804 | | |
| Z1.7 | | 0,726 | | |
| Z1.8 | | 0,749 | | |

Sumber: Output SmartPLS, data diolah, 2026

Berdasarkan tabel 4.10, hasil pengujian *validitas konvergen* menunjukkan bahwa seluruh indikator pada variabel Gaya Hidup Hedonis (X1), Literasi Keuangan (Z), Penggunaan *SPayLater* (X2), dan Perilaku Konsumtif (Y)

memiliki nilai *outer loading* di atas 0,5. Sebagian besar indikator bahkan menunjukkan nilai di atas 0,7, yang menandakan korelasi yang kuat antara indikator dengan konstruk yang diukur. Dengan demikian, seluruh indikator dinyatakan valid atau memenuhi kriteria *validitas konvergen*.

b. Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Discriminant Validity dari model pengukuran dengan reflektif indikator dapat diketahui berdasarkan pada *crossloading* pengukuran dengan konstruk. Apabila korelasi konstruk dengan item pengukuran tersebut lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya, maka konstruk laten dapat memprediksi ukuran pada blok yang lebih baik daripada ukuran blok lainnya.

Tabel 4. 11 *Discriminant Validity (Cross Loading)*

| Variabel | Gaya Hidup Hedonis (X1) | Literasi Keuangan (Z) | Penggunaan SPayLater (X2) | Perilaku Konsumtif (Y) |
|----------|-------------------------|-----------------------|---------------------------|------------------------|
| X1.1 | 0,797 | 0,294 | 0,584 | 0,430 |
| X1.2 | 0,820 | 0,423 | 0,616 | 0,425 |
| X1.3 | 0,632 | 0,391 | 0,560 | 0,210 |
| X1.4 | 0,849 | 0,369 | 0,483 | 0,503 |
| X1.5 | 0,746 | 0,471 | 0,429 | 0,311 |
| X1.6 | 0,782 | 0,422 | 0,503 | 0,453 |
| X2.1 | 0,650 | 0,485 | 0,867 | 0,245 |
| X2.2 | 0,515 | 0,430 | 0,723 | 0,135 |
| X2.3 | 0,454 | 0,276 | 0,789 | 0,196 |
| X2.4 | 0,598 | 0,430 | 0,938 | 0,316 |
| X2.5 | 0,580 | 0,361 | 0,860 | 0,270 |
| X2.6 | 0,570 | 0,441 | 0,828 | 0,349 |
| Y1.1 | 0,262 | 0,467 | 0,220 | 0,663 |
| Y1.2 | 0,375 | 0,375 | 0,156 | 0,835 |
| Y1.3 | 0,502 | 0,452 | 0,284 | 0,812 |
| Y1.5 | 0,289 | 0,122 | 0,199 | 0,669 |
| Y1.8 | 0,413 | 0,251 | 0,295 | 0,605 |
| Z1.1 | 0,386 | 0,829 | 0,353 | 0,438 |

| | | | | |
|-------------|-------|-------|-------|-------|
| Z1.2 | 0,456 | 0,811 | 0,526 | 0,269 |
| Z1.3 | 0,238 | 0,650 | 0,301 | 0,214 |
| Z1.4 | 0,407 | 0,819 | 0,325 | 0,441 |
| Z1.5 | 0,347 | 0,856 | 0,354 | 0,403 |
| Z1.6 | 0,364 | 0,804 | 0,441 | 0,432 |
| Z1.7 | 0,453 | 0,726 | 0,355 | 0,475 |
| Z1.8 | 0,439 | 0,749 | 0,425 | 0,242 |

Sumber: Output SmartPLS, data diolah, 2026

Berdasarkan tabel 4.11 hasil pengujian *discriminant validity* melalui nilai *cross loading* menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki nilai *loading* tertinggi pada konstruk yang diukur dibandingkan dengan konstruk lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki nilai *loading* tertinggi pada konstruk yang diukurnya dibandingkan dengan konstruk lainnya, sehingga model pengukuran telah memenuhi kriteria validitas diskriminan.

c. *Composite Reliability*

Kriteria validitas dan reliabilitas dapat juga dilihat dari nilai reliabilitas suatu konstruk dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dari masing-masing konstruk. Konstruk dapat dikatakan memiliki reliabilitas yang tinggi apabila nilainya 0,70 dan AVE berada di atas 0,50. Pada tabel dibawah akan disajikan nilai *Composite Reliability* dan AVE untuk semua variabel (Hair et al., 2019).

Tabel 4. 12 Ringkasan Validitas Konvergen dan Reliabilitas

| Variabel Penelitian | <i>Cronbach's Alpha</i> | <i>Composite Reliability</i> | <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) | Keterangan |
|---------------------------|-------------------------|------------------------------|---|------------------|
| Gaya Hidup Hedonis (X1) | 0,866 | 0,899 | 0,599 | Reliabel & Valid |
| Literasi Keuangan (Z) | 0,910 | 0,926 | 0,613 | Reliabel & Valid |
| Penggunaan SPayLater (X2) | 0,915 | 0,933 | 0,700 | Reliabel & Valid |

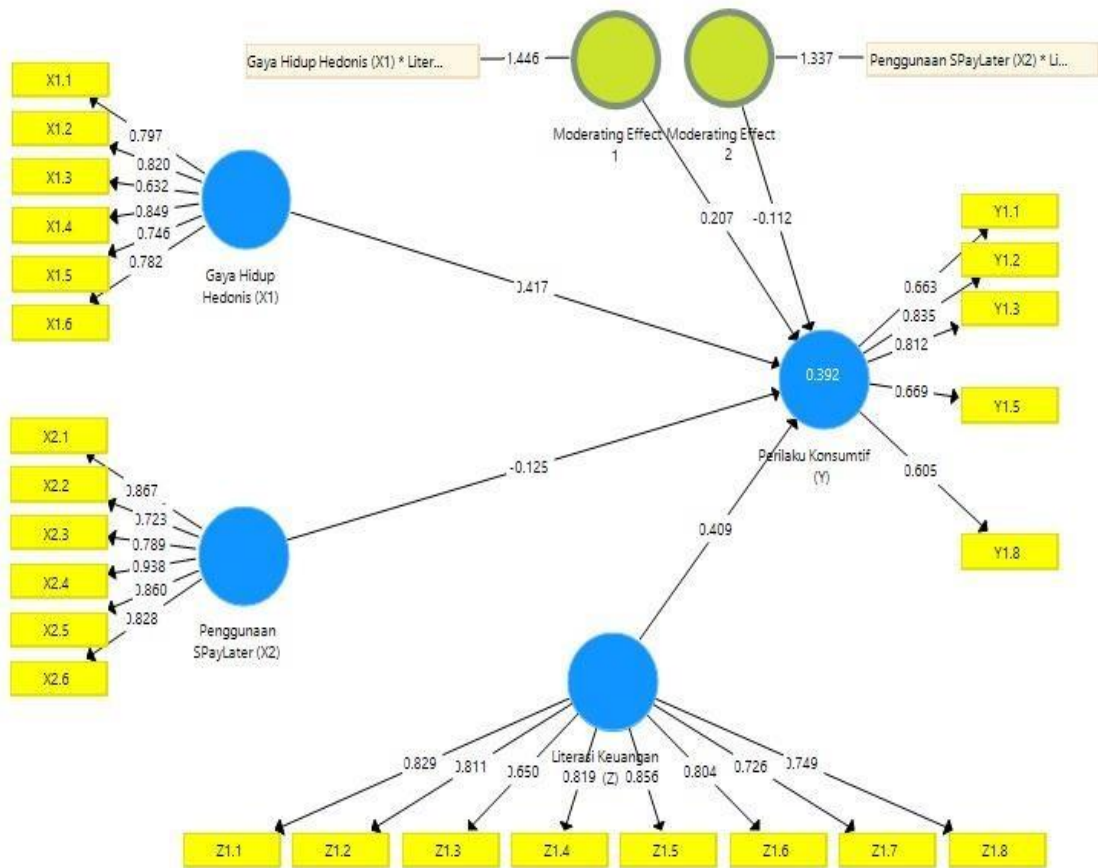
| | | | | |
|-------------------------------|--------------|--------------|--------------|-----------------------------|
| Perilaku Konsumtif (Y) | 0,771 | 0,843 | 0,522 | Reliabel & Valid |
|-------------------------------|--------------|--------------|--------------|-----------------------------|

Sumber: Output SmartPLS, data diolah, 2026

Berdasarkan tabel 4.12 hasil pengujian *reliabilitas* dan *validitas konvergen* menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,70, *Composite Reliability* di atas 0,70, serta *Average Variance Extracted (AVE)* di atas 0,50. Variabel Gaya Hidup Hedonis (X1) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,866, *Composite Reliability* 0,899, dan AVE 0,599. Literasi Keuangan (Z) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* 0,910, *Composite Reliability* 0,926, dan AVE 0,613. Penggunaan *SPayLater* (X2) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* 0,915, *Composite Reliability* 0,933, dan AVE 0,700, sedangkan Perilaku Konsumtif (Y) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* 0,771, *Composite Reliability* 0,843, dan AVE 0,522. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria *reliabilitas* dan *validitas konvergen* sehingga layak digunakan dalam analisis selanjutnya

2. Model Struktural (Inner Model)

Analisis *inner model* atau yang biasa disebut dengan model struktural ini digunakan untuk memprediksi hubungan kausal antar variabel yang diuji dalam model. Uji struktural yang bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antar variabel dan indikator yang diukur dengan menggunakan *uji t* dari *SmartPLS* itu sendiri. Analisa *inner model* dapat dilihat dari indikator yang meliputi:



Gambar 4. 2 Hasil SmartPLS Algorithm

Sumber: Output SmartPLS, data diolah, 2026

a. Coefficient Of Determinant (R^2)

Determinasi R^2 bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh dari variabel independen pada variabel dependen. Menurut (Adiwinata et al., 2021) nilai (R^2) dikategorikan menjadi tiga kategori yaitu jika nilai (R^2) 0,67 dikatakan kuat, 0,33 dikatakan moderat/sedang, dan 0,19 dikatakan lemah.

Tabel 4. 13 Nilai R-Square

| Variabel | R Square | R Square Adjusted |
|------------------------|----------|-------------------|
| Perilaku Konsumtif (Y) | 0,392 | 0,351 |

Sumber: Output SmartPLS, data diolah, 2026

Berdasarkan tabel 4.13 nilai *R-Square* pada variabel Perilaku Konsumtif (Y) sebesar 0,392 yang menunjukkan bahwa variabel independen dalam penelitian ini mampu menjelaskan sebesar 39,2% variasi perilaku konsumtif mahasiswa. Sementara itu, sisanya sebesar 60,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian. Nilai *R-Square Adjusted* sebesar 0,351 menunjukkan bahwa

setelah disesuaikan dengan jumlah variabel dalam model, kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perilaku konsumtif tetap berada pada kategori moderat/sedang.

b. Effect Size (F^2)

Uji F^2 digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai F^2 sebesar 0,02 menunjukkan pengaruh kecil, 0,15 menunjukkan pengaruh sedang, dan 0,35 menunjukkan pengaruh besar (Ghozali, 2021).

Tabel 4. 14 Nilai F -Square

| Variabel | Perilaku Konsumtif (Y) |
|----------------------------------|------------------------|
| Gaya Hidup Hedonis (X1) | 0,139 |
| Literasi Keuangan (Z) | 0,175 |
| Penggunaan <i>SPayLater</i> (X2) | 0,013 |

Sumber: Output SmartPLS, data diolah, 2026

Berdasarkan tabel 4.14 nilai F -Square menunjukkan besarnya kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel Perilaku Konsumtif (Y). Variabel Gaya Hidup Hedonis (X1) memiliki nilai F^2 sebesar 0,139 yang termasuk dalam kategori pengaruh kecil. Variabel Literasi Keuangan (Z) memiliki nilai F^2 sebesar 0,175 yang termasuk dalam kategori pengaruh sedang. Sementara itu, variabel Penggunaan *SPayLater* (X2) memiliki nilai F^2 sebesar 0,013 yang menunjukkan pengaruh sangat kecil terhadap perilaku konsumtif. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Literasi Keuangan memberikan kontribusi pengaruh paling besar dibandingkan variabel lainnya dalam menjelaskan perilaku konsumtif mahasiswa.

3. Hipotesis

Uji parsial atau uji t adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Taraf signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5%. Apabila nilai t -hitung $>$ t -tabel atau p -value $<$ 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai t -hitung dalam penelitian ini berasal dari *output path coefficients* dari perhitungan

bootstrapping dengan menggunakan *software SmartPLS* yang dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 4. 15 Path Coefficients (Bootstrapping)

| Hipotesis | Hubungan Antar Variabel | Original Sample (O) | T Statistics | P Values | Kesimpulan |
|-----------|--|---------------------|--------------|----------|------------|
| H1 | Gaya Hidup Hedonis -> Perilaku Konsumtif | 0,417 | 2,202 | 0,028 | Diterima |
| H2 | Penggunaan SPayLater -> Perilaku Konsumtif | -0,125 | 0,783 | 0,434 | Ditolak |
| H3 | Moderasi 1 (X1*Z → Y) | 0,207 | 1,466 | 0,143 | Ditolak |
| H4 | Moderasi 2 (X2*Z → Y) | -0,112 | 0,738 | 0,461 | Ditolak |
| | | | | | |

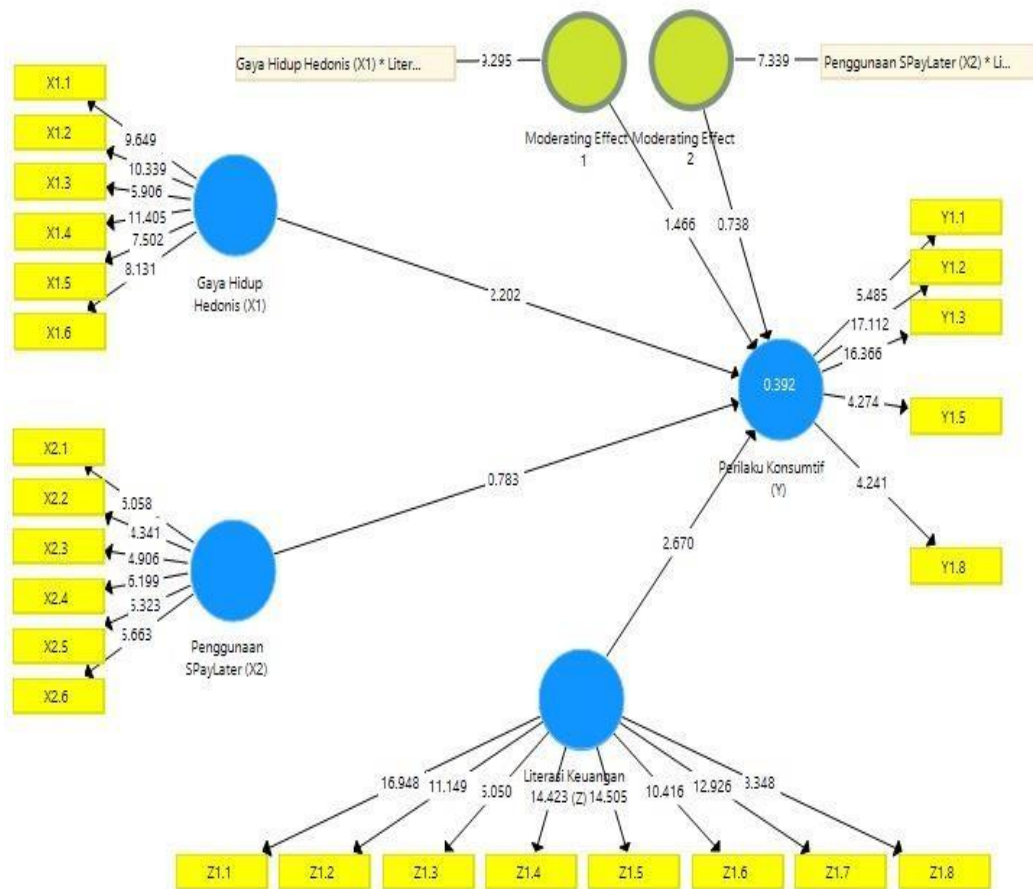
Sumber: Output SmartPLS, data diolah, 2026

Berdasarkan tabel 4.15 hasil uji *Path Coefficients (Bootstrapping)* menunjukkan bahwa Gaya Hidup Hedonis (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y) dengan nilai koefisien sebesar 0,417, nilai *t-statistics* $2,202 > 1,96$ dan *p-value* $0,028 < 0,05$, sehingga H1 diterima.

Sementara Penggunaan *SPayLater* (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y) dengan nilai koefisien -0,125, *t-statistics* $0,783 < 1,96$ dan *p-value* $0,434 > 0,05$ sehingga H2 ditolak.

Selanjutnya variabel moderasi Literasi Keuangan pada hubungan Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif (X1*Z → Y) juga tidak menunjukkan pengaruh signifikan dengan nilai *t-statistics* 1,466 dan *p-value* 0,143, sehingga H3 ditolak. Demikian pula pada moderasi Literasi Keuangan pada hubungan Penggunaan *SPayLater* terhadap Perilaku Konsumtif (X2*Z → Y) yang memiliki *t-statistics* 0,738 dan *p-value* 0,461 sehingga H4 ditolak. Dengan demikian dapat

disimpulkan bahwa hanya variabel Gaya Hidup Hedonis yang berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa, sedangkan variabel lainnya tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan.



Gambar 4. 3 Hasil SmartPLS Bootstrapping

Sumber: Output SmartPLS, data diolah, 2026

a. *Direct Effects* (Pengaruh Langsung)

Tujuan analisis *direct effect* berguna untuk menguji hipotesis pengaruh langsung suatu variabel yang mempengaruhi (eksogen) terhadap variabel yang dipengaruhi (endogen) (Juliandi, 2018). Kriteria pengujian hipotesis *direct effect* adalah sebagai berikut :

- 1) Jika nilai koefisien jalur adalah positif, maka pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain adalah searah, jika nilai-nilai suatu variabel meningkat/naik, maka nilai variabel lainnya juga meningkat/naik.
- 2) Jika nilai koefisien jalur adalah negatif, maka pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain adalah berlawanan arah, jika nilai-nilai suatu variabel meningkat/naik, maka nilai variabel lainnya akan menurun/rendah.

- 3) Nilai signifikan (*p-value*) jika nilai *p-value* < 0,05 maka signifikan, dan jika *p-value* > 0,05 maka tidak signifikan.

Tabel 4. 16 Hasil Uji Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif

| Variabel Penelitian | <i>Original Sample (O)</i> | <i>T Statistics (O/STDEV)</i> | <i>P Values</i> | Ha1 |
|---------------------|----------------------------|---------------------------------|-----------------|-----------------|
| X1 -> Y | 0,417 | 2,202 | 0,028 | Diterima |

Sumber: Output SmartPLS, data diolah, 2026

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis melalui analisis *bootstrapping* pada *SmartPLS* diperoleh nilai koefisien jalur sebesar 0,417, nilai *t-statistics* sebesar 2,202, dan *p-value* sebesar 0,028 (< 0,05). Hasil ini menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UMSU. Artinya semakin tinggi kecenderungan mahasiswa dalam menjalani gaya hidup yang berorientasi pada kesenangan dan kepuasan pribadi, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif yang ditunjukkan. Dengan demikian, hipotesis alternatif (H_{a1}) diterima dan hipotesis nol (H_{01}) ditolak.

Tabel 4. 17 Hasil Uji Pengaruh Penggunaan SPayLater Terhadap Perilaku Konsumtif

| Variabel Penelitian | <i>Original Sample (O)</i> | <i>T Statistics (O/STDEV)</i> | <i>P Values</i> | H02 |
|---------------------|----------------------------|---------------------------------|-----------------|----------------|
| X2 -> Y | -0,125 | 0,783 | 0,434 | Ditolak |

Sumber: Output SmartPLS, data diolah, 2026

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai koefisien jalur sebesar -0,125, nilai *t-statistics* sebesar 0,783 dan *p-value* sebesar 0,434 (> 0,05). Hasil tersebut menunjukkan bahwa penggunaan *SPayLater* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UMSU, sehingga hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh penggunaan *SPayLater* terhadap perilaku konsumtif tidak dapat diterima. Sehingga hipotesis nol (H_{02}) diterima dan hipotesis alternatif (H_{a2}) ditolak.

b. *Moderating Effect* (Uji Efek Moderasi)

Uji efek moderasi bertujuan untuk mengetahui apakah variabel literasi keuangan mampu memperkuat atau melemahkan pengaruh gaya hidup hedonis dan penggunaan *SPayLater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. (Ghozali, 2021). Kriteria pengujian efek moderasi adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai *P-Values* < 0,05, maka variabel literasi keuangan terbukti memoderasi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.
- 2) Jika nilai *P-Values* > 0,05, maka variabel literasi keuangan tidak berperan sebagai moderator.

Tabel 4. 18 Uji Efek Moderasi

| Variabel Penelitian | <i>Original Sample (O)</i> | <i>T Statistics (O/STDEV)</i> | <i>P Values</i> | Kesimpulan |
|--------------------------|----------------------------|---------------------------------|-----------------|----------------|
| Moderasi 1 (X1*Z → Y) | 0,207 | 1,466 | 0,143 | Ditolak |
| Moderasi 2 (X2*Z → Y) | -0,112 | 0,738 | 0,461 | Ditolak |

Sumber: Output SmartPLS, data diolah, 2026

Hasil pengujian efek moderasi menunjukkan bahwa literasi keuangan (Z) tidak mampu memoderasi hubungan antara gaya hidup hedonis (X1) dan perilaku konsumtif (Y), yang ditunjukkan oleh nilai *p-value* sebesar 0,143 (> 0,05). Dengan demikian, hipotesis alternatif (H_{a3}) ditolak dan hipotesis nol (H_{03}) diterima.

Selain itu, literasi keuangan (Z) juga tidak terbukti memoderasi hubungan antara penggunaan *SPayLater* (X2) dan perilaku konsumtif (Y), dengan nilai *p-value* sebesar 0,461 (> 0,05). Literasi keuangan berperan sebagai variabel moderasi yang melemahkan hubungan antara variabel independen dan perilaku konsumtif. Oleh karena itu, hipotesis nol (H_{04}) diterima dan hipotesis alternatif (H_{a4}) ditolak.

D. Pembahasan

1. Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t-statistics sebesar 2,202 dan p-value $0,028 < 0,05$, gaya hidup hedonis menunjukkan dampak yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UMSU. Ini berarti bahwa semakin besar fokus mahasiswa pada kesenangan dan kepuasan emosional, maka semakin tinggi pula kemungkinan mereka untuk berperilaku konsumtif.

Penemuan ini sejalan dengan *Teori Hedonisme (Epicurus)* yang menjelaskan bahwa manusia cenderung berusaha mencari kesenangan dan menghindari ketidaknyamanan. Dalam konteks konsumen orientasi hedonis terlihat dari pembelian yang didorong oleh keinginan, bukan oleh kebutuhan yang logis. Mahasiswa dengan gaya hidup hedonis cenderung membeli barang demi penampilan, gengsi, serta simbol status, yang merupakan indikator perilaku konsumtif dalam studi ini.

Temuan ini juga sesuai dengan penelitian Febriana Sa'idah dan Dhiah Fitriyati (2022) serta Ayu Nuro'im dan Muhammad Anasrulloh (2023) yang menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis memiliki dampak signifikan pada perilaku konsumtif mahasiswa. Namun, dalam konteks mahasiswa UMSU, pengaruh ini diperkuat oleh faktor lingkungan sosial dan intensitas penggunaan media digital. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup hedonis secara empirik dan teoritis berfungsi sebagai faktor internal yang memperkuat kecenderungan konsumtif berlebihan di antara mahasiswa.

2. Pengaruh Penggunaan SPayLater Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan SPayLater tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, dengan nilai t-statistics sebesar 0,783 dan p-value $0,434 > 0,05$. Ini menemukan bahwa penggunaan SPayLater tidak menunjukkan dampak signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa UMSU. Ini berarti bahwa kemudahan akses kredit digital melalui SPayLater tidak secara langsung mendorong perilaku konsumsi mahasiswa dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini juga dapat dijelaskan melalui *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) yang menyatakan bahwa perilaku individu tidak hanya dipengaruhi oleh kemudahan akses, tetapi juga oleh kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived*

behavioral control). Dalam konteks mahasiswa UMSU, keterbatasan limit kredit serta kesadaran terhadap kewajiban pembayaran kemungkinan membuat mahasiswa tetap berhati-hati dalam menggunakan layanan *SPayLater*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *SPayLater* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini dapat disebabkan oleh rendahnya intensitas penggunaan *SPayLater* di kalangan responden, di mana sebagian besar mahasiswa hanya menggunakan layanan tersebut secara terbatas. Selain itu, mahasiswa cenderung lebih selektif dalam menggunakan fasilitas kredit sehingga tidak secara langsung mendorong perilaku konsumtif.

Hal ini mungkin berarti bahwa mahasiswa UMSU cenderung menggunakan *SPayLater* dengan cara yang terkontrol dan fungsional, bukan hanya untuk memuaskan keinginan konsumsi yang mendadak. Selain itu, ada kemungkinan faktor lain seperti pertimbangan keuangan, batasan limit kredit, atau kesadaran akan risiko denda yang membuat mahasiswa lebih cermat dalam memanfaatkan layanan ini. Temuan ini berbeda dengan penelitian Harun Na Rasid (2024) yang menemukan bahwa penggunaan *SPayLater* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Perbedaan ini menunjukkan variasi dalam karakteristik responden dan konteks sosial yang mempengaruhi hasil penelitian.

3. Peran Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi

Hasil analisis moderasi menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak mampu memoderasi hubungan antara gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif, serta tidak memoderasi hubungan penggunaan *SPayLater* dengan perilaku konsumtif. Oleh karena itu, hipotesis moderasi dalam penelitian ini ditolak. Secara teoritis literasi keuangan dianggap sebagai variabel yang dapat meningkatkan persepsi kontrol perilaku dalam konteks *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991). Individu yang memiliki literasi keuangan yang baik diharapkan lebih mampu mengendalikan impulsif konsumsi dan mengambil keputusan finansial yang bijaksana.

Literasi keuangan berperan sebagai variabel moderasi yang melemahkan hubungan antara variabel independen dan perilaku konsumtif. Ketidakmampuan literasi keuangan dalam memoderasi hubungan antar variabel menunjukkan adanya kesenjangan antara pengetahuan dan perilaku (*knowledge-behavior gap*). Mahasiswa mungkin memahami konsep keuangan, namun belum mampu mengimplementasikannya dalam pengambilan keputusan konsumsi.

Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan mahasiswa belum cukup untuk mengurangi dampak gaya hidup hedonis atau penggunaan *SPayLater* terhadap perilaku konsumsi. Ini menunjukkan bahwa literasi keuangan mahasiswa mungkin masih berada pada tingkat pengetahuan, dan belum sepenuhnya berwujud dalam perilaku nyata.

Temuan ini memberikan arti bahwa peningkatan literasi keuangan harus tidak hanya berfokus pada aspek kognitif, tetapi juga pada pengembangan sikap dan kebiasaan yang lebih disiplin dalam mengelola keuangan. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pengetahuan dan perilaku (*knowledge-behavior gap*), dimana mahasiswa yang memiliki pemahaman keuangan yang baik belum tentu mampu mengimplementasikannya dalam kehidupan sehari-hari. Faktor eksternal seperti tekanan sosial (*peer group*), gaya hidup digital, serta pengaruh media sosial dapat menjadi faktor yang lebih dominan dibandingkan literasi keuangan dalam membentuk perilaku konsumtif.

4. Implikasi Teoritis dan Konseptual

Secara keseluruhan, temuan dari penelitian ini mendukung *Teori Hedonisme* dan teori perilaku konsumen yang menunjukkan bahwa faktor internal seperti orientasi menuju kesenangan memiliki dampak signifikan terhadap perilaku belanja mahasiswa. Di sisi lain, kemudahan dalam mengakses kredit digital lewat *SPayLater* tidak selalu menjadi faktor utama yang mendorong kebiasaan belanja yang berlebihan.

Selain itu, penelitian ini juga mengindikasikan bahwa literasi keuangan belum efektif sebagai variabel pendukung dalam model yang dianalisis. Hal ini memberi kontribusi empiris bahwa dalam konteks mahasiswa UMSU, pengendalian diri dan nilai-nilai gaya hidup lebih berpengaruh dibandingkan pemahaman mengenai keuangan dalam membentuk perilaku konsumtif.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dari penelitian “**Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Dan Penggunaan *SPayLater* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UMSU Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi**”, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini menunjukkan bahwa Gaya Hidup Hedonis (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai *t*-hitung sebesar $2,202 > 1,96$ dan nilai signifikansi sebesar $0,028 < 0,05$, serta koefisien jalur sebesar $0,417$ yang menunjukkan arah pengaruh positif. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UMSU. Artinya, semakin tinggi gaya hidup hedonis mahasiswa, maka semakin tinggi pula tingkat perilaku konsumtifnya. Dengan demikian, hipotesis H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak.
2. Penelitian ini menunjukkan bahwa Penggunaan *SPayLater* (X2) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai *t*-hitung sebesar $0,783 < 1,96$ dan nilai signifikansi sebesar $0,434 > 0,05$, dengan koefisien jalur sebesar $-0,125$. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan *SPayLater* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UMSU. Artinya penggunaan layanan *SPayLater* belum tentu meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa secara signifikan. Oleh karena itu, hipotesis H_{02} diterima dan H_{a2} ditolak.
3. Literasi Keuangan (Z) tidak mampu memoderasi hubungan antara Gaya Hidup Hedonis (X1) terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai *t*-hitung sebesar $1,466 < 1,96$ dan nilai signifikansi sebesar $0,143 > 0,05$. Dengan kata lain, tingkat literasi keuangan mahasiswa belum cukup kuat untuk memperlemah pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif. Dengan demikian, hipotesis H_{03} diterima dan H_{a3} ditolak.
4. Literasi Keuangan (Z) juga tidak mampu memoderasi hubungan antara Penggunaan *SPayLater* (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai

t-hitung sebesar $0,738 < 1,96$ dan nilai signifikansi sebesar $0,461 > 0,05$, sehingga literasi keuangan tidak berperan sebagai variabel moderator dalam hubungan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak mampu memoderasi hubungan antara penggunaan *SPayLater* dan perilaku konsumtif mahasiswa UMSU. Literasi keuangan berperan sebagai variabel moderasi yang melemahkan hubungan antara variabel independen dan perilaku konsumtif. Dengan demikian, literasi keuangan belum berperan sebagai variabel pengendali dalam penggunaan layanan *SPayLater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Oleh karena itu hipotesis H_{04} diterima dan H_{a4} ditolak.

5. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2), diperoleh nilai *R-Square* sebesar 0,392 yang menunjukkan bahwa variabel Gaya Hidup Hedonis, Penggunaan *SPayLater*, dan Literasi Keuangan mampu menjelaskan variabel Perilaku Konsumtif sebesar 39,2% (kategori moderat), sedangkan 60,8% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian, seperti faktor lingkungan sosial, pengaruh media sosial, kontrol diri, maupun faktor psikologis lainnya.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “**Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Dan Penggunaan *SPayLater* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UMSU Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi**”, ada beberapa saran yang dapat diberikan kepada pihak-pihak terkait sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa sebaiknya lebih cermat dalam mengelola gaya hidup, khususnya dalam membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Meskipun memiliki pengetahuan tentang literasi keuangan, pengendalian diri dan rasa kesadaran terhadap konsumsi perlu ditingkatkan agar dapat terhindar dari perilaku konsumtif yang berlebihan.

2. Bagi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

UMSU disarankan untuk meningkatkan program pendidikan keuangan yang tidak hanya menyentuh aspek pemahaman teori, tetapi juga pada pengembangan sikap dan perilaku dalam mengelola keuangan secara bertanggung jawab, misalnya melalui seminar, pelatihan, atau mata kuliah yang berfokus pada praktik literasi keuangan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, seperti pengaruh media sosial, kontrol diri, gaya hidup digital, maupun tekanan sosial (*peer group*). Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat memperluas jumlah responden serta menggunakan objek penelitian yang berbeda agar memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrohim, E. R. P. Dan. (2018). *Perilaku Berbelanja Secara Online Ditinjau Dari Gaya Hidup Hedonis Pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Angkatan 2013 Universitas Islam Sultan Agung*. 13(1), 35–46.
- Ajzen, I. (1991). *The Theory Of Planned Behavior*. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50, 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alfrin Eрман Sampoerno, N. A. (2021). *Pengaruh Financial Literacy , Income , Hedonism Lifestyle , Self- Control , Dan Risk Tolerance Terhadap Financial Management Behavior Pada Generasi Milenial*. *Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika Dan Bisnis*, 9(3), 1002–1014.
- Amin, N. F., Garancang, S., Abunawas, K., Makassar, M., Negeri, I., & Makassar, A. (2023). *Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian*. *Jurnal Pilar: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 14(1), 15–31.
- Angelista, F. D., Anggraini, L. D., & Putri, A. U. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan , Gaya Hidup Dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Pengguna Shopee Paylater*. *Journal Of Trends Economics And Accounting Research*, 4(3), 696–705. <https://doi.org/10.47065/Jtear.V4i3.1197>
- Febriana Sa'idah, D. F. (2022). *Analisis Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Era Pandemi Covid-19*. *Jurnal Paedagogy: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Pendidikan*, 9(3), 467–475.
- Fitri, T. D., Adji, W. H., & Ganesha, P. P. (2024). *Pengaruh Shopee paylater Terhadap Daya Beli Dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Politeknik Piksi Ganesha Bandung*. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(5), 3601–3614. <https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V6i5.1137>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate* (Cetakan 10).
- Hair, J. F., Et Al. (2019). *When To Use And How To Report The Results Of PLS-SEM*. *European Business Review*.
- Harto, B., Sohilauw, M. I., Tinggi, S., Ekonomi, I., Bongaya, M., Nugroho, L., & Paramita, V. S. (2023). *Literasi Keuangan* (M. . Diana Purnama Sari, S.E. (Ed.); Issue June).
- Hilwana, A., Widyastuti, U., & Noviarini, D. (2025). *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Pay Later : Peran Moderasi Kontrol Diri Pada Generasi Z*. *PENG Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(1), 422–437.

- Ifrah, M., & Kurnianingsih, H. T. (2024). *Tingkat Pemahaman Finansial Literasi Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa*. Proceeding Of National Conference On Accounting & Finance, 6, 268–274.
- Indra, C., Putra, W., Nursal, M. F., Iye, R., & Widayawaty, E. D. (2022). *Perilaku Konsumen* (M. K. . Risman Iye, S.Pd., M.Hum; Eka Deviany Widayawaty, SST. (Ed.); Cetakan 1).
- Juliandi, A. (2018). *Structural Equation Model Partial Least Square (Sem-Pls) Dengan Smartpls*. <https://doi.org/10.5281>
- Kadua, N. C. P., Safitri, R. D., & Afiyah, R. N. (2023). *Kajian Strategis Consumptive Behavior Dalam Penerapan Buy Now Paylater Di Shopee Dengan Islamic Financial Literacy Sebagai Moderasi*. J-FINE: Journal Of Finance, Business, And Economy, 1(1), 56–83.
- Katadata Insight Center. (2024). *Laporan Perilaku Pengguna Paylater Indonesia 2024*. In Katadata Insight Center (KIC). <https://kredivocorp.com/wp-content/uploads/2024/06/Laporan-Perilaku-Pengguna-Paylater-Indonesia-2024> Kredivo.Pdf
- Kuangan, O. J. (2022). *Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan Tahun 2022*. Otoritas Jasa Keuangan, November, 10–12.
- Kuangan, O. J. (2024). *Laporan Kinerja OJK Triwulan IV*.
- Khairunnisa, P. A. L. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Penggunaan Shopee Paylater Dan Lifestyle Terhadap Perilaku Konsumtif: Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah UMSU*. Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 6(7), 5096–5112. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i7.2210>
- Lestari. (2024). *Pengaruh Sosial, Gaya Hidup, Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Melalui Shopee Paylater Pada Mahasiswa Febi Uin Raden Mas Said Surakarta*. Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah, 9(1), 389–404.
- Mappanyuki, R. (2019). *Pengaruh Akuntabilitas Dan Kecerdasan Emosional Terhadap Kualitas Audit Dengan Partner Perceptions Of Partner Rotation Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Kap Yang Mengikuti PPL IAPI Di Jakarta 2019 Dan Kantor Akuntan Publik Di Jakarta Selatan)*. Tekun : Jurnal Telaah Akuntansi Dan Bisnis, 10(2), 73–91.
- Mujiatun. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan, Digital Marketing, Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Generasi Z Menabung Pada Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Binjai Kota)*. Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (EBMA), 4(1), 1506–1519.
- Nadia Ika Purnama. (2022). *Model Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan*

- Bisnis Universitas Swasta Di Kota Medan*. Owner: Riset & Jurnal Akuntansi, 6(April), 1498–1508.
- Nadia Putri Ayu, D. S., & Sujarwo. (2025). *Hubungan Sindrom Fear Of Missing Out (Fomo) Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa*. Jmutiara Ural Ilmiah Multidisiplin Indonesia, 3(2), 1–18.
- Nuri Purwanto, Budiyanto, S. (2022). *Theory Of Planned Behavior: Implementasi Perilaku Electronic Word Of Mouth Pada Konsumen Marketplace (Cetakan 1)*. CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Nuro, A., & Anasrulloh, M. (2023). *Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Semester Iv , Vi Dan Viii Universitas Bhinneka Pgri Tulungagung Tahun Akademik 2022 / 2023*. Jurnal Economina, 2(September), 2294–2309.
- Pertiwi, G. R., & Jailani, M. S. (2023). *Jenis Jenis Penelitian Ilmiah Kependidikan*. QOSIM: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora, 1(1), 41–52.
- Putri, N. E., & Ambardi, A. (2023). *Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme Dan Promo Tanggal Kembar Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus Pengguna Shopee Di Tangerang Selatan)*. Jurnal Bintang Manajemen (JUBIMA), 1(3).
- Rachman, A. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (S. Dr. Bambang Ismaya, S.Ag., M.Pd., M.Si. Desain (Ed.); Issue January). CV Saba Jaya Publisher.
- Rasid, H. N., Stebi, K., Haji, A., Syairazi, H. S., & Selatan, I. (2024). *Analisis Pengaruh Penggunaan Fitur Spaylater Pada Marketplace Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akuntansi Syariah STEBI KHAS Harun*. Utsman Bin Affan: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah Kyai Haji Ahmad Syairaz, 01(01). <https://jurnal.stebikhas.ac.id/index.php/uba>
- Rojiati, U., Saloom, M. K. I. G., Rosmawati, M. S., Pi, S., & Fathihani, M. S. (2021). *T E O R I* (M. T. Ahmad Jibril, S.T. (Ed.)).
- Rumianti, C. (2022). *Dampak Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Pada Mahasiswa Di Kota Makassar*. Economics And Digital Business Review, 3(2), 21–40.
- Sari, A. J., & Pradesyah, R. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Bandar Parkland, Klang Selangor Malaysia Melakukan Transaksi Di Bank Islam*. Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen, 6(1), 44–53.
- Sari, R. (2021). *Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce Di Indonesia*. Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi, 7(1), 44–57.

- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Consumer Behavior* (9th Ed.). Pearson Education
- Silvialorenza, D. D., Hartono, & Dwihandoko, T. H. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Penggunaan Spaylater Pada Generasi Z Di Kecamatan Magersari Kota Mojokerto*. *Ebisman: Ebisnis Manajemen*, 2(3), 51–66.
- Simarmata, E. R. (2021). *Manajemen Perilaku Konsumen Dan Loyalitas* (A. K. & J. Simarmata (Ed.); Cetakan 1). Yayasan Kita Menulis.
- Siroj, R. A., Afgani, W., Septaria, D., Zahira, G., Kuantitatif, P., Ilmiah, P., & Data, A. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif Pendekatan Ilmiah Untuk Analisis Data*. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(3), 11279–11289.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (M. S. Prof.Dr. Sunarto (Ed.); Cetakan 1). Alfabeta.
- Sumantri. (2023). *Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Produk Fashion Pada Individu Dewasa Awal*. *Jurnal Psikologi Konseling*, 15(2), 222–230.
- Syahrul Amsari, I. R. V. M. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan , Inklusi Keuangan Dan Brand Image Terhadap Penggunaan Layanan Digital Perbankan Syariah : Studi Kasus Mahasiswa FAI UMSU*. *El-Mal Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(4), 3390–3401.
- Thirah, A., Mallarangan, K., & Dermawan, R. (2024). *Faktor Gaya Hidup Hedonis Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Generasi Z Menggunakan Spaylater Di Surabaya*. *El-Mal Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(10), 3959–3969.
- Utami, B. P. (2021). *Praktek Kredit Barang Melalui Shopee Paylater Dari Marketplace Shopee Berdasarkan Hukum Ekonomi Islam Dan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum [Jimhum]*, 1(3), 1–13.
- Wangi, L. P., Andarini, S., Studi, P., & Administrasi, I. (2021). *Pengaruh Flash Sale Dan Cashback Terhadap Perilaku Impulse Buying Pada Pengguna Shopee*. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 5(1), 79–91.

LAMPIRAN

Lampiran 1**KUESIONER PENELITIAN****PENGARUH GAYA HIDUP HEDONIS DAN PENGGUNAAN SPAYLATER TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA UMSU DENGAN LITERASI KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI****Kepada Yth**

Saudara/i Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Dengan Hormat,

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Bersama ini saya:

Nama : Syahda Fadilla
NPM : 2201280065
Semester : VII
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Saat ini saya sedang melakukan penelitian tentang "**Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Dan Penggunaan SPayLater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UMSU Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi**". Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana Gaya Hidup Hedonis Dan Penggunaan SPayLater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UMSU Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi.

Saya memohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dengan jujur dan sesuai dengan pengalaman anda selama menggunakan *e-commerce SPayLater*. Jawaban yang Saudara/i isi akan dijaga kerahasiannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademik.

Atas Perhatian dan partisipasinya, saya ucapkan ribuan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Hormat Saya,



Syahda Fadilla
NPM. 2201280065

**PENGARUH GAYA HIDUP HEDONIS DAN PENGGUNAAN *SPAYLATER*
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA UMSU DENGAN LITERASI
KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

Petunjuk Pengisian Kuesioner:

Pilih salah satu jawaban yang sesuai dengan pendapat saudara/i.

1. Sangat Tidak Setuju (STS) Skor Penilaian (1)
2. Tidak Setuju (TS) Skor Penilaian (2)
3. Netral (N) Skor Penilaian (3)
4. Setuju (S) Skor Penilaian (4)
5. Sangat Setuju (SS) Skor Penilaian (5)

Bagian 1: Data Demografi Responden

Silahkan isi informasi berikut dengan memberikan tanda check list (✓) pada jawaban yang sesuai.

1. Email :

2. Nama :

3. Jenis Kelamin :

- Laki-laki
- Perempuan

4. Fakultas :

- Fai
- Fikti
- Feb
- Fkip
- Fahum
- Fisipol
- Fatek
- Faperta

5. Prodi :

- Pendidikan Agama Islam
- Manajemen Bisnis Syariah
- Perbankan Syariah

- Pendidikan Anak Usia Dini
- Ilmu Falak
- Sistem Informasi
- Teknologi Informasi
- Sains Data
- Manajemen
- Akuntansi
- Ekonomi Pembangunan
- Manajemen Pajak
- Pendidikan Matematika
- Pendidikan Bahasa Indonesia
- Pendidikan Bahasa Inggris
- Pendidikan Guru Sekolah Dasar
- Pendidikan Akuntansi
- Pendidikan Kewarganegaraan
- Bimbingan Konseling
- Hukum
- Ilmu Komunikasi
- Ilmu Administrasi Publik
- Kesejahteraan Sosial
- Teknik Mesin
- Teknik Sipil
- Teknik Elektro
- Agroteknologi
- Agribisnis
- 2

6. Semester :

- 2
- 4
- 6
- 8

7. Rentang uang saku per-bulan :

- < Rp. 1.500,000
- Rp. 1.500.000 – Rp. 3.000.000

- Rp. 3.000.000 – Rp. 4.000.000
- \geq Rp4.000.000

8. Apakah anda pengguna layanan *SPayLater*?

- Ya
- Tidak

9. Berapa kali anda menggunakan *SPayLater* dalam 1 bulan terakhir?

- Tidak Pernah
- 1-2 kali
- 3-5 kali
- Lebih dari 5 kali

10. Untuk apa biasanya anda menggunakan *SPayLater*? (boleh pilih lebih dari satu)

- Belanja Fashion
- Makanan/Minuman
- Hiburan
- Transportasi
- Kebutuhan Akademik
- Lainnya

Bagian 2:

| No. | Pernyataan | STS | TS | N | S | SS |
|-----|--|-----|----|---|---|----|
| | GAYA HIDUP HEDONIS (X1) | | | | | |
| 1. | Saya sering terlibat dalam berbagai aktivitas sosial yang mempengaruhi keputusan pembelian saya. | | | | | |
| 2. | Aktivitas hiburan dan hobi saya sering mempengaruhi jenis barang atau layanan yang saya beli. | | | | | |
| 3. | Saya cenderung membeli produk yang mendukung minat saya dalam suatu hal. | | | | | |
| 4. | Saya memiliki minat yang kuat terhadap belanja sebagai bagian dari gaya hidup saya. | | | | | |

| | | | | | | |
|----|--|--|--|--|--|--|
| 5. | Saya membeli produk untuk mendapatkan kesenangan dan kepuasan pribadi. | | | | | |
| 6. | Saya merasa senang ketika dapat membeli barang yang sedang tren. | | | | | |
| | PENGGUNAAN SPAYLATER (X2) | | | | | |
| 1. | Saya merasa <i>SPayLater</i> sangat mudah digunakan dalam transaksi sehari-hari. | | | | | |
| 2. | Saya merasa <i>SPayLater</i> membantu saya bertransaksi tanpa harus membayar langsung. | | | | | |
| 3. | Saya sering menggunakan <i>SPayLater</i> untuk melakukan transaksi online. | | | | | |
| 4. | Saya merasa semakin nyaman menggunakan <i>SPayLater</i> seiring dengan peningkatan intensitas penggunaannya. | | | | | |
| 5. | Saya merasa puas menggunakan <i>SPayLater</i> karena meningkatkan produktivitas dalam berbelanja. | | | | | |
| 6. | Saya akan terus menggunakan <i>SPayLater</i> karena memberikan pengalaman bertransaksi yang baik. | | | | | |
| | PERILAKU KONSUMTIF (Y) | | | | | |
| 1. | Saya cenderung membeli produk untuk mendapatkan bonus atau hadiah yang ditawarkan. | | | | | |
| 2. | Saya membeli produk yang dikemas dengan menarik, meskipun belum tentu saya membutuhkannya. | | | | | |

| | | | | | | |
|----|---|--|--|--|--|--|
| 3. | Kemasan produk yang menarik sering kali mempengaruhi keputusan pembelian saya. | | | | | |
| 4. | Saya membeli produk tertentu untuk menjaga penampilan agar tetap modis. | | | | | |
| 5. | Saya sering membeli produk demi menjaga gengsi dan terlihat lebih kekinian. | | | | | |
| 6. | Saya cenderung membeli produk yang lebih mahal karena menganggapnya lebih berkualitas. | | | | | |
| 7. | Harga produk yang mahal sering kali menjadi indikator utama saya dalam memilih produk. | | | | | |
| 8. | Saya membeli barang-barang tertentu untuk menunjukkan status sosial saya. | | | | | |
| | LITERASI KEUANGAN (Z) | | | | | |
| 1. | Saya memahami konsep dasar keuangan seperti inflasi dan suku bunga. | | | | | |
| 2. | Saya memiliki pemahaman yang baik tentang prinsip-prinsip dasar keuangan dalam kehidupan sehari-hari. | | | | | |
| 3. | Saya selalu menyisihkan sebagian penghasilan untuk ditabung. | | | | | |
| 4. | Saya memahami syarat dan ketentuan terkait dengan pinjaman. | | | | | |
| 5. | Saya memahami pentingnya memiliki asuransi untuk perlindungan diri dan aset. | | | | | |
| 6. | Saya tahu jenis-jenis asuransi yang dapat digunakan untuk mengelola risiko keuangan. | | | | | |

| | | | | | | |
|----|--|--|--|--|--|--|
| 7. | Saya tahu perbedaan antara berbagai jenis investasi seperti saham, obligasi, atau reksadana. | | | | | |
| 8. | Saya yakin bahwa investasi adalah cara yang baik untuk meningkatkan kesejahteraan keuangan jangka panjang. | | | | | |

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

erakreditasi A berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK.BAN-PT/III/2019
 Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 Fax. (061) 6621474, 6631003
 http://fa.umsu.ac.id | fa@umsu.ac.id | umsumedan | umsumedan | umsumedan | umsumedan


 Kita menaruh hati di luar dinding,
 hati dan tangannya



Hal : Permohonan Persetujuan Judul 30 Rabi'ul Akhir 1447 H
 Kepada Yth : 22 Oktober 2025 M
 Dekan FAI UMSU

Di -
 Tempat

Dengan Hormat

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Syahda Fadilla
 NPM : 2201280065
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
 Kredit Kumalatif : 3,87



Megajukan Judul sebagai berikut:

| No | Pilihan Judul | Pilihan Tugas Akhir | | Persetujuan Prodi | Usulan Pembimbing | Persetujuan Dekan |
|----|--|---------------------|--------|--|---|---|
| | | Skripsi | Jurnal | | | |
| 1 | Pengaruh Gaya Hidup Hedonis dan Penggunaan SPayLater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UMSU dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Moderasi | - | - | 22/10/25  | 22/10/25 Oktober Khairunnisa  |  |
| 2 | Pengaruh Perilaku Konsumtif dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Mahasiswa Penghuni Rusunawa UMSU | | | | | |
| 3 | Pengaruh Harga Dan Label Halal Terhadap Minat Beli Mie Instan Korea-Jepang Dikalangan Mahasiswa UMSU | | | | | |

Demikian Permohonan ini saya sampaikan dan untuk pemeriksaan selanjutnya saya ucapkan terima kasih.

Wassalam
 Hormat Saya

 Syahda Fadilla

Keterangan:
 Dibuat rangkap 3 setelah di ACC :
 1. Duplikat untuk Biro FAI UMSU
 2. Duplikat untuk Arsip Mahasiswa dilampirkan di skripsi
 3. Asli untuk ketua/Sekretaris Program Studi yang dipakai pas photo dan Map
 ** Paraf dan tanda ACC Dekan dan Program Studi pada lajur yang di setuju dan tanda silang pada judul yang di tolak

CS Dipindai dengan CamScanner



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Sila kunjungi kami di agar dapatkan
berita dan tanggapan

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred-PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003
http://fai@umsu.ac.id | fai@umsu.ac.id | umsumedan | umsumedan | umsumedan | umsumedan



BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

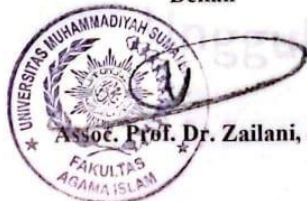
Ketua Program Studi : Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, M.E.I
Dosen Pembimbing : Khairunnisa, SE.I, MM

Nama Mahasiswa : Syahda Fadilla
Npm : 2201280065
Semester : VII
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Dan Penggunaan *SPayLater* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UMSU Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi

| Tanggal | Materi Bimbingan | Paraf | Keterangan |
|------------|---|-------|------------|
| 17/11 2025 | tambahkan referensi dosen UMSU | A | |
| 2/12 2025 | Perbaiki struktur umum-khusus bab 1 | A | |
| 16/12 2025 | Bab 2 buat tawar utama sebelum variabel | A | |
| 30/12 2025 | Jumlah populasi dihilangkan | A | |
| 6/1 2026 | Perbaiki format referensi & daftar | A | |
| 12/1 2026 | ACU | A | |

Medan, 12 Januari 2026

Diketahui/Disetujui
Dekan



Assoc. Prof. Dr. Zailani, M.A

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Assoc. Prof. Dr.
Rahmayati, M.E.I

Pembimbing Proposal

Khairunnisa, SE.I, MM



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA



UMSU
 Ummu Cendekia Berprestasi

Dina mangawab surat nu aya: diwuduhan
 Nomor dan tanggal

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No.89/SK/BAN-PT/Akre/PT/III/2019
 Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400 Fax. (061) 6623474, 6631003
<http://fai.umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

BERITA ACARA PENILAIAN SEMINAR PROPOSAL PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

Pada hari Senin, 19 Januari 2026 telah diselenggarakan Seminar Program Studi Manajemen Bisnis Syariah dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Syahda Fadilla
 Npm : 2201280065
 Semester : 7 (Tujuh)
 Fakultas : Agama Islam
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
 Judul Proposal : "Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Dan Penggunaan *SPayLater* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UMSU Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi"

Disetujui/ Tidak disetujui

| Item | Komentar |
|------------|--|
| Judul | OK |
| Bab I | OK |
| Bab II | OK |
| Bab III | - revisi dibuat berupa dan sumber - sampel dibuat kriteria sampel dan teknik pengembk |
| Lainnya | - |
| Kesimpulan | Lulus <input checked="" type="checkbox"/> Tidak Lulus <input type="checkbox"/> |

Medan, 19 Januari 2026

Tim Seminar

Ketua Program Studi

(Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, M.EI)

Sekretaris Program Studi

(Alfi Amalia, SE.I, M.E.I)

Pembimbing

(Khairunnisa, SE.I, MM)

Pembahas

(Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, M.EI)



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

Bila mengambil nilai ya agar diutamakan

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Pengesahan Proposal

Berdasarkan Hasil Seminar Proposal Program Studi **Manajemen Bisnis Syariah** yang diselenggarakan pada hari **Senin, 19 Januari 2026** dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Syahda Fadilla
Npm : 2201280065
Semester : 7 (Tujuh)
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Proposal : "Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Dan Penggunaan *SPayLater* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UMSU Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi"

Proposal dinyatakan sah dan memenuhi syarat untuk menulis Skripsi dengan Pembimbing.

Medan, 19 Januari 2026

Tim Seminar

Ketua Program Studi

(Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, M.EI)

Sekretaris Program Studi

(Alfi Amalia, SE.I, M.E.I)

Pembimbing

(Khafrunnisa, SE.I, MM)

Pembahas

(Assoc. Prof. Dr. Rahmayati, M.EI)

Diketahui/ Disetujui

**A.n Dekan
Wakil Dekan I**

★ Assoc. Prof. Dr. Rizka Harfiani, M.Psi.



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar dibubuhkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Ppj/PT/III/2024

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fai.umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

Nomor : 15/II.3/UMSU-01/F/2026
Lamp : -
Hal : Izin Riset

03 Rajab 1447 H
22 Januari 2026 M

Kepada Yth :
Bapak Wakil Rektor I
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
di-

Tempat.

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Dengan hormat, dalam rangka penyusunan skripsi mahasiswa guna memperoleh gelar sarjana S1 di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (FAI UMSU) Medan, maka kami mohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan informasi data dan fasilitas seperlunya kepada mahasiswa kami yang mengadakan penelitian/riset dan pengumpulan data dengan :

Nama : Syahda Fadilla
NPM : 2201280065
Semester : VII
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Dan Penggunaan SPayLater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UMSU Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi

Demikianlah hal ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih. Semoga Allah meridhoi segala amal yang telah kita perbuat. Amin.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh



A.n Dekan,

Wakil Dekan I

Rizka
Assoc. Prof. Dr. Rizka Harfiani., M.Psi
NIDN : 0103117503

Pertinggal





UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bisa mengacak surat ini agar disebarkan nomor dan ferrgghnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Ppj/PT/III/2024
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://umsu.ac.id> rektor@umsu.ac.id [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

Nomor : 350/I.3-AU/UMSU/F/2026
Lamp. : -
Hal : **Izin Riset**

03 Rajab 1447 H
22 Januari 2025 M

Kepada Yth :
Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
di-
Medan.

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Dengan hormat, teriring salam dan do'a semoga Saudara dan jajaran selalu berada dalam naungan Allah SWT. Dan dimudahkan dalam melaksanakan aktivitas sehari-hari. Amin.

Dengan hormat, menindaklanjuti surat dari Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Nomor: 15/I.3-AU/UMSU-01/F/2026 tanggal 22 Januari 2026 Prihal Izin Riset, maka bersama ini kami memberikan persetujuan/izin riset di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) sebagai berikut:

Nama : **Syahda Fadilla**
NPM : 2201280065
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Semester : VII (Tujuh)
Fakultas : Agama Islam
Judul : **Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Dan Penggunaan Spaylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UMSU Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi**

Demikian hal ini kami disampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.
Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh



Rektor
Wakil Rektor I
Prof. Dr. Muhammad Arifin, S.H., M.Hum
NIP: 195701131987031002
REKTOR

Tembusan:

1. Bapak Rektor UMSU sebagai laporan;
2. Yang bersangkutan
3. Pertinggal.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



A. IDENTITAS PRIBADI

Nama : Syahda Fadilla
 Tempat/Tanggal Lahir : Tanjung Beringin, 22 Agustus 2003
 Alamat : Jl. Pahlawan Gg. Damai Dusun X
 Email : syahdafadilla@gmail.com
 Nomor Telepon : 088708872420

II. PENDIDIKAN FORMAL

1. SD Negeri 106217 Lr. Amaliun, Tahun 2010-2016
2. SMP Negeri 1 Tanjung Beringin, Tahun 2016-2019
3. SMA Negeri 1 Sei Rampah, Tahun 2019-2022
4. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Fakultas Agama Islam, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Tahun 2022-2026.

III. PENGALAMAN ORGANISASI

1. PK IMM FAI UMSU [Bidang Tabligh Kajian Keislaman - 2025]
2. Pertukaran Mahasiswa Merdeka (PMM) Batch 3 UHAMKA [Bendahara - 2024]
3. Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik Literasi di Desa Sei Sijabut, Kecamatan Air Batu, Kabupaten Asahan, Tahun 2025
4. Antologi Cerpen LCCN 2023-Impian, Peserta “Penulis Terpilih”

IV. PENGALAMAN PENELITIAN DAN PUBLIKASI

1. Buku Cerpen, Judul: “Laungan Sempena”
2. Skripsi: “Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Dan Penggunaan *SPayLater* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UMSU Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi”.

3. Artikel Jurnal: “Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Dan Penggunaan *SPayLater* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UMSU Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi”.

V. KETERAMPILAN

1. Digital Marketing
2. Menulis/Membuat Cerpen
3. Public Speaking Dan Presentasi
4. Riset Pasar dan Analisis Data

VI. USAHA DAN KEWIRAUSAHAAN

1. CocoLut (Coconut Pulut)

Demikian daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 17 April 2026



Syahda Fadilla