

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan internet telah membawa perubahan yang signifikan dalam gaya hidup masyarakat, khususnya di kalangan mahasiswa. Salah satu dampak yang terlihat adalah peningkatan aktivitas belanja *online*. Di era digital ini, berbagai *electronic commerce (e-commerce)* dapat digunakan untuk melakukan jual beli, salah satunya *Shopee*. Menurut Ahdiat (2025), pada Desember 2024 *e-commerce* dengan pengunjung terbanyak di Indonesia yang pertama adalah *Shopee*. *Shopee* berada pada tingkat pertama *e-commerce* yang sering digunakan dengan rata-rata pelanggan sebesar 145,1 juta, kemudian *Lazada* dengan rata-rata pelanggan sebesar 44,3 juta, *Tokopedia* dengan rata-rata pelanggan sebesar 67,1 juta, *Bukalapak* dengan rata-rata pelanggan 2,7 juta, dan *Blibli* dengan rata-rata pelanggan sebesar 23,9 juta.

Data di atas menunjukkan bahwa *Shopee* lebih banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia dibanding dengan *e-commerce* lainnya. *Shopee* tidak hanya mempermudah proses berbelanja, tetapi juga menghadirkan kemudahan dalam bertransaksi, salah satunya melalui metode pembayaran digital seperti *Shopee Paylater*. *Shopee Paylater* merupakan layanan pinjaman yang disediakan oleh PT Lentera Dana Nusantara dan berada di bawah pengawasan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk memberikan pinjaman bagi pengguna (*Shopee*, 2020). *Shopee* memperkenalkan metode pembayaran *Shopee Paylater* pada bulan Maret 2019, dengan peminjam mencapai 103.971 orang, dan

81.423 orang diantaranya merupakan peminjam aktif (Nabila, 2019). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Puspadini (2024), OJK mencatat jumlah pengguna *paylater* di Indonesia mencapai 30,14 triliun pengguna. Jumlah ini meningkat pesat dari Juni 2024, dimana hanya tercatat 14,37 juta pengguna *paylater* di Indonesia, naik 9,35% secara tahunan. Provinsi Jawa Barat tercatat sebagai wilayah dengan jumlah pengguna *paylater* terbanyak, yaitu 7,52 triliun pengguna. Selain itu, pengguna *paylater* di Provinsi Sumatera Barat sebesar 890 miliar pengguna. Hal ini menunjukkan minat masyarakat yang tinggi terhadap penggunaan *paylater*.

Shopee Paylater merupakan layanan pembiayaan yang memungkinkan pengguna melakukan pembayaran secara cicilan tanpa memerlukan kartu kredit, dengan pilihan tenor mulai dari satu hingga dua belas bulan dan suku bunga berkisar antara 0% hingga 2,95% (*Shopee*, 2020). Untuk mengajukan layanan ini, pengguna hanya perlu melampirkan KTP dan foto diri. Agar dapat menggunakan *Shopee Paylater*, pengguna harus memenuhi beberapa persyaratan, yaitu akun *Shopee* telah terdaftar dan terverifikasi, telah aktif digunakan selama minimal tiga bulan, sering digunakan untuk bertransaksi, serta aplikasi *Shopee* yang digunakan merupakan versi terbaru. Selain itu, *Shopee* menerapkan sistem pinjaman bertingkat yang disesuaikan dengan frekuensi transaksi pengguna, semakin sering pengguna bertransaksi, semakin besar limit pinjaman yang diberikan (Amelia & Syafrini, 2024). *Shopee Paylater* memberikan kesempatan bagi pengguna terpilih untuk membeli produk dengan pembayaran secara cicilan sesuai jangka waktu yang dipilih.

Layanan ini memberikan kemudahan dalam bentuk dana pinjaman untuk mendukung pembelian barang yang diinginkan. Sebagai *platform e-commerce*, *Shopee* menawarkan *Shopee Paylater* sebagai alternatif metode pembayaran yang memungkinkan pengguna untuk mencicil pembayaran atau melunasinya pada saat jatuh tempo (Putri & Iriani, 2020).

Menurut penelitian Fadillah (2023), *Shopee Paylater* berada pada urutan pertama dengan pengguna terbanyak pada tahun 2023. *Shopee Paylater* digunakan oleh masyarakat Indonesia dengan angka 160 juta pengguna, kemudian pada urutan kedua, yaitu *Tokopedia Paylater* sebesar 110 juta pengguna. Diurutan ketiga, yaitu *Lazada Paylater* sebanyak 80 juta pengguna, diurutan keempat, yaitu *Bukalapak Paylater* dengan pengguna sebesar 30 juta, dan yang terakhir yaitu, *Blibli Paylater* sebanyak 20 juta pengguna.

Metode pembayaran beli sekarang bayar kemudian atau dikenal dengan *paylater* ini menjadi pilihan bagi sejumlah besar generasi z dan generasi milenial. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Setyowati (2022), menunjukkan metode pembayaran *paylater* banyak digunakan oleh milenial dan generasi z. Berdasarkan penelitian terhadap 5.204 responden terdapat 13,8% pernah menggunakan *paylater*. Secara rinci 16,5% milenial pernah menggunakan layanan ini, sedangkan generasi z sebanyak 9,7%. Pada generasi z 61% *paylater* digunakan untuk membeli kebutuhan *fashion*, dan 56,6% digunakan untuk membeli pulsa *gadget* dan elektronik. Menurut Kemenkeu RI generasi z ialah mereka yang lahir antara tahun 1997 hingga tahun 2012 (Rosariana, 2021).

Di balik kemudahan yang ditawarkan oleh fitur *Shopee Paylater* terdapat resiko yang perlu diwaspadai, yaitu munculnya fenomena baru perilaku konsumtif. Tambunan (2001), menjelaskan bahwa perilaku konsumtif merupakan dorongan untuk mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan secara berlebihan demi memperoleh kepuasan maksimal. Sementara itu, menurut Sumartono (2002), perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai kecenderungan menggunakan suatu produk secara tidak tuntas, seperti ketika seseorang mengganti produk yang masih layak pakai dengan produk sejenis dari merek lain, membeli barang hanya karena tergiur hadiah, atau mengikuti tren konsumsi yang dilakukan oleh orang lain.

Mahasiswa menjadi salah satu bagian target pasar dari adanya kemajuan teknologi *paylater*. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Hardika dan Huda (2021), porsi kebutuhan kelompok mahasiswa menjelaskan bahwa persentase pengeluaran gaya hidup terhadap responden, yakni 10,8% hiburan, 37,7% *travelling*, 23,3% nongkrong, 7,1% internet, 21,1% *shopping*. Lingkungan sosial memiliki pengaruh signifikan dalam membentuk perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Tidak sedikit mahasiswa yang berperilaku konsumtif semata-mata untuk mengikuti gaya hidup teman sebayanya, seperti keinginan untuk memiliki barang bermerek agar tidak terlihat tertinggal, meniru pola konsumsi teman dengan membeli barang-barang yang dianggap menarik, atau menghindari stigma sebagai individu yang dianggap tidak mengikuti tren. Demi menyesuaikan diri dengan lingkungannya, mahasiswa kerap kali

berperilaku konsumtif meskipun hal tersebut bertolak belakang dengan realitas kebutuhan dan kemampuan yang dimilikinya.

Kampus yang seharusnya digunakan sebagai tempat memperoleh ilmu pengetahuan sekarang malah dijadikan ajang pamer penampilan dan kekayaan semata. Mahasiswa yang berasal dari latar belakang ekonomi yang mapan cenderung lebih mudah terdorong untuk menjalani gaya hidup konsumtif demi menyesuaikan diri dengan lingkungan sosialnya. Kepemilikan dan penggunaan barang bermerek sering kali dianggap sebagai indikator mengikuti tren dan perkembangan zaman. Di sisi lain, mahasiswa dari kalangan ekonomi menengah pun turut terdorong untuk mengikuti pola konsumsi serupa, bukan karena kebutuhan, melainkan karena tekanan sosial dari lingkungan pergaulan. Sebagian besar mahasiswa saat ini lebih mengutamakan penampilan dibandingkan substansi pendidikan yang seharusnya menjadi prioritas utama (Amelia & Syafrini, 2024).

Kemudahan dalam metode pembayaran melalui *Shopee Paylater* mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian secara berlebihan demi memenuhi keinginan semata, tanpa mempertimbangkan urgensi atau manfaat dari barang yang dibeli. Mahasiswa cenderung tidak melakukan pertimbangan secara matang sebelum bertransaksi, sehingga sering kali membeli sesuatu yang sebenarnya tidak dibutuhkan. Pola konsumsi yang impulsif ini berisiko menimbulkan akumulasi utang, karena pembelian dilakukan dengan asumsi bahwa pembayaran dapat dicicil di kemudian hari tanpa memperhitungkan kemampuan finansial secara realistis.

Perilaku konsumtif tidak terbatas pada satu jenis kelamin tertentu, karena pada dasarnya baik laki-laki maupun perempuan memiliki kecenderungan pola perilaku konsumsi yang serupa. Karakteristik mahasiswa yang mudah terbujuk rayuan dan masih labil, impulsif dalam berbelanja, kurang realistis dalam berpikir, serta cenderung berperilaku boros yang menjadikan mereka berperilaku konsumtif (Mangkunegara, 2005). Kecenderungan untuk berperilaku konsumtif dikarenakan semakin banyaknya sarana dan prasarana yang ada. Mahasiswa yang terjebak dalam pola konsumtif sering kali mengeluarkan uangnya untuk memenuhi keinginan bukan kebutuhan, seperti membeli *handphone*, pakaian, makanan, hiburan, dan lain sebagainya. Hal ini senada dengan pendapat Anggraini dan Santhoso (2017), yang mengungkapkan bahwa sebagian besar uang digunakan hanya untuk membeli produk-produk yang dapat memberikan kesenangan dan kepuasan pada diri mereka sendiri.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Paujiah dan Ariani (2023), tentang perilaku konsumtif, studi kuantitatif deskriptif masyarakat di Kabupaten Kotabaru menunjukkan bahwa secara umum tingkat konsumtif sebagian besar subjek berada pada kategori sedang, dari 50 subjek terdapat 47 subjek penelitian 94% berada pada kategori perilaku konsumtif sedang, subjek berada pada kategori tinggi sebanyak 4% atau 2 subjek, kategori rendah 2% atau 1 subjek. Adapun berdasarkan kategori usia, perilaku konsumtif dominan tinggi pada usia 20-25 tahun. Penelitian lain yang dilakukan oleh Luas (2023), dengan judul “Pengaruh Konsep Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa” memperoleh hasil bahwa konsep diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif

sebesar 9,7%. Artinya pengaruh konsep diri sebesar 9,7% terhadap perilaku konsumtif mahasiswa BK angkatan 2019. Berdasarkan hasil penelitian ini yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada mahasiswa adalah adanya tuntutan supaya memperoleh hidup yang lebih baik, hal ini yang mengubah pola hidup dan perilakunya.

Hasil penelitian tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Murwanti (2017), yang berjudul “Pengaruh Konsep Diri, Teman Sebaya, dan Budaya Kontemporer terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMP Negeri 41 Surabaya” mengemukakan bahwa konsep diri memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Artinya, konsep diri seseorang dapat memengaruhi cara ia berperilaku konsumtif. Semakin negatif konsep diri seseorang, semakin besar pula kecenderungan untuk berperilaku konsumtif. Sebaliknya, jika konsep dirinya positif, maka perilaku konsumtif cenderung lebih rendah.

Penelitian-penelitian tersebut mengindikasikan bahwa perilaku konsumtif memiliki pengaruh terhadap kehidupan, terutama pada mahasiswa. Berdasarkan uraian dan temuan dari beberapa penelitian sebelumnya, hal yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif diantaranya adalah konsep diri, kepercayaan diri, status sosial ekonomi, dan teman sebaya (konformitas). Lestarina *et al.*, (2017), menjelaskan bahwa perilaku konsumtif pada dasarnya dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu internal dan eksternal. Faktor internal meliputi motivasi, pengamatan dan proses belajar, kepribadian dan konsep diri.

Sementara itu, faktor eksternal mencakup kebudayaan, kelas sosial, kelompok panutan, dan keluarga.

Shopee Paylater memungkinkan mahasiswa dari berbagai kalangan untuk berbelanja dengan leluasa karena sistem yang diterapkan adalah beli sekarang bayar nanti dengan batas kredit mulai dari 1,8 juta hingga 15 juta rupiah (Amelia & Syafrini, 2024). Mahasiswa dapat memanfaatkan limit yang tersedia di akun *Shopee* masing-masing untuk melakukan pembelian. Namun, kemudahan ini juga berpotensi menjadi jebakan baru yang mendorong mahasiswa berutang dan melakukan pembelian secara berlebihan.

Fenomena baru seperti *Shopee Paylater* telah meluas di berbagai kalangan dan membawa dampak yang lebih dari sekadar perubahan dalam pola berbelanja, ia telah menjadi bagian dari dinamika perubahan sosial budaya, khususnya dalam hal konformitas terhadap teman sebaya. Keinginan untuk diterima dalam kelompok dan ketakutan akan penolakan mendorong mahasiswa untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan sosialnya. Dorongan ini tidak hanya bersumber dari dalam diri, tetapi juga dipengaruhi oleh tekanan eksternal, seperti tekanan dari kelompok atau individu lain dalam kelompok tersebut (Triningtyas & Margawati, 2019). Lingkungan sosial dan budaya memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku mahasiswa. Demi tetap eksis dan diterima dalam lingkungan sosialnya, mahasiswa melakukan berbagai penyesuaian, mulai dari cara berpakaian, memilih teman, gaya belajar, hingga perilaku lainnya. Perubahan ini dilakukan untuk menyamakan

diri dengan kelompoknya, sebuah sikap yang dikenal dengan istilah konformitas.

Menurut Myers (2012), konformitas merupakan suatu bentuk perubahan perilaku yang terjadi akibat adanya tekanan, baik yang bersifat nyata maupun imajinatif dari suatu kelompok. Dorongan untuk diterima dalam lingkungan teman sebaya membuat mahasiswa cenderung menyesuaikan sikap dan perilakunya agar selaras dengan perilaku yang ditunjukkan oleh anggota kelompok tersebut (Hurlock, 1994). Konformitas juga dapat diartikan sebagai perubahan perilaku sebagai akibat dari tekanan kelompok, hal ini terlihat dari kecenderungan mahasiswa untuk menyesuaikan perilaku mereka dengan kelompok acuan sebagai upaya menghindari kritik atau perasaan terasing. Konformitas sendiri merupakan penyesuaian sikap maupun perilaku seseorang agar sejalan dengan keyakinan atau standar yang berlaku dalam kelompok (Triningtyas & Margawati, 2019). Bentuk konformitas ini dapat dikenali melalui adanya perubahan dalam perilaku atau keyakinan yang dipengaruhi oleh tekanan kelompok, baik yang bersifat nyata maupun hanya sebatas persepsi individu (Santrock, 2007).

Baron dan Bryne (2005), menyatakan bahwa seseorang berperilaku konformitas terhadap kelompoknya ketika perilaku individu didasarkan pada harapan kelompok atau masyarakat. Baron dan Bryne (2005), menambahkan bahwa konformitas merupakan bentuk penyesuaian perilaku agar sejalan dengan norma-norma kelompok acuan, termasuk menerima ide dan aturan yang mengatur cara berperilaku. Dalam konteks mahasiswa, konformitas

dipengaruhi oleh pandangan kelompok mahasiswa mengenai apa yang dianggap sebagai cara terbaik sering kali lebih diutamakan dibandingkan pendapat pribadi individu itu sendiri. Kelompok teman sebaya memiliki peranan penting dalam kehidupan sosial mahasiswa karena menjadi sarana untuk belajar keterampilan sosial serta menjalani berbagai peran. Adanya konformitas membuat mahasiswa cenderung menyesuaikan diri dalam berbagai aspek untuk dapat diterima oleh kelompoknya. Pengaruh ini tercermin dalam perilaku mereka, seperti dalam pemilihan pakaian, musik, bahasa, nilai-nilai, aktivitas di waktu luang, dan sebagainya (Santrock, 2007).

Penelitian yang dilakukan oleh Anggraeni *et al.*, (2024), mengemukakan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara pengguna *Shopee Paylater* dan perilaku konsumtif. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa pemanfaatan fitur *Shopee PayLater* memberikan pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kabupaten Kolaka. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Solichah dan Dewi (2019), mengenai hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif terhadap produk *fashion* pada mahasiswa menunjukkan adanya korelasi yang signifikan antara kedua variabel tersebut. Artinya, semakin tinggi tingkat konformitas yang dimiliki mahasiswa, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk berperilaku konsumtif. Sebaliknya, jika tingkat konformitas rendah, maka perilaku konsumtif juga cenderung menurun.

Selain itu, lingkungan digital yang dipenuhi dengan iklan-iklan yang menarik dan strategi pemasaran yang canggih turut memperkuat dorongan

konformitas pada mahasiswa. Iklan yang menargetkan mahasiswa sering kali memanfaatkan tren terkini dan idola mereka untuk menarik minat mereka. Akibatnya, mahasiswa sering kali merasa terdorong untuk membeli produk yang dipromosikan oleh *influencer* atau selebriti favorit mereka, meskipun produk tersebut mungkin tidak memiliki nilai fungsional yang signifikan bagi mereka.

Menurut Hurlock (1980), *fashion* berperan penting untuk meningkatkan penampilan sebagai indikasi status sosial, individualitas, prestasi sosio ekonomi, dan untuk meningkatkan daya tarik pada individu tersebut. Hurlock (1980), juga menjelaskan tentang berbagai masalah yang ditimbulkan berasal dari kurangnya pengetahuan tentang memanfaatkan uang secara bijak. Hal tersebut dapat terjadi karena kebanyakan mahasiswa masih terbawa dari kebiasaan sewaktu mereka masih remaja ataupun ingin mengikuti model pergaulan yang ada. Akibatnya, mahasiswa kurang siap untuk mengatur pendapatannya sehingga mudahnya membeli barang dengan cara mengangsur yang menyebabkan terlibat dalam hutang.

Saat ini mahasiswa di Kota Padang banyak menggunakan metode *Shopee Paylater* sebagai alat bantu mereka dalam melakukan transaksi pembayaran. Menurut penelitian Amelia dan Syafrini (2024), fenomena penggunaan *Shopee Paylater* juga terjadi di kalangan mahasiswa Universitas Negeri Padang. Para mahasiswa memanfaatkan fitur ini untuk berbagai tujuan, seperti memenuhi kebutuhan pribadi dengan membeli barang yang diinginkan, contohnya produk *skincare*. Selain itu, *Shopee Paylater* juga digunakan untuk memenuhi gaya

hidup, modal usaha, pengisian saldo *game*, serta pembelian chip untuk judi *online*. Kemudahan dan batas limit yang cukup besar membuat pengguna cenderung melakukan pembelian lebih banyak. Hal ini mengindikasikan bahwa mahasiswa Universitas Negeri Padang sering melakukan pembayaran menggunakan *paylater*.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan oleh peneliti, beberapa mahasiswa pengguna *Shopee Paylater* melakukan pembayaran dengan fitur *Shopee Paylater* karena lebih mudah dan bisa dilakukan kapan saja tanpa rumit pergi mentransfer ke *Automated Teller Machine* (ATM). Belanja menggunakan metode pembayaran ini bisa dilakukan kapanpun dan dimanapun. Pembayaran *Shopee Paylater* juga terasa ringan karena bisa dilakukan dengan beberapa kali pembayaran sesuai dengan waktu yang dipilih. Kebanyakan dari mahasiswa menggunakan *Shopee Paylater* ini untuk memenuhi kebutuhan sekunder, seperti *fashion*, *gadget*, dan barang-barang gaya hidup lainnya. Beberapa mahasiswa bahkan mengakui menggunakan layanan ini tanpa mempertimbangkan kemampuan finansial mereka, sehingga menimbulkan beban utang yang tidak terduga.

Peneliti juga melakukan wawancara kepada beberapa mahasiswa Universitas Negeri Padang pengguna *Shopee Paylater*. Dari hasil wawancara yang dilakukan, di dapat kesimpulan bahwa alasan mahasiswa menggunakan *Shopee Paylater* ini karena kebutuhan mendesak, seperti membeli *skincare*, *fashion*, dan lain sebagainya. Selain itu karena ada diskon besar dan pengiriman yang lebih murah dibandingkan dengan metode pembayaran

lainnya. Kemudahan yang ditawarkan oleh *Shopee Paylater* ini membuat mahasiswa semakin sering menggunakan layanan *Shopee Paylater*. Hal ini membuat mahasiswa semakin terdorong untuk menggunakan *Shopee Paylater*, terutama karena gaya hidup di dunia kampus yang cenderung memperhatikan penampilan. Selain itu, karena adanya tekanan sosial seperti mengikuti tren dan pengaruh teman-teman menjadi faktor pendorong untuk berperilaku konsumtif yang berakibat mahasiswa mengalami tunggakan.

Hasil wawancara tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurniasari dan Fisabilillah (2021), yang menyatakan bahwa gaya hidup serta pengaruh sosial berpengaruh terhadap penggunaan *Shopee Paylater* dalam berbelanja. Mahasiswa cenderung suka berbelanja dengan adanya *Shopee Paylater* dan membuat gaya hidupnya semakin konsumtif. Pengguna *Shopee Paylater* timbul karena adanya pengaruh sosial yang bersumber dari teman dan iklan. Penelitian lain oleh Mursalina, Hasanah, dan Efriani (2024), menyatakan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa menggunakan *Shopee Paylater* ada dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal di sebabkan oleh perasaan emosi, kebiasaan, status sosial, kurangnya kesadaran finansial, impulsivitas, dan gaya hidup. Sementara dari segi faktor eksternal di sebabkan oleh promosi dan diskon, kemudahan akses, iklan yang menarik, fitur pembayaran fleksibel, *review* dan testimoni, teknologi personalisasi, program loyalitas, dan hadiah serta penawaran eksklusif. Dengan demikian, perilaku konsumtif menggunakan *Shopee Paylater* dapat menjadi

masalah jika pengguna tidak memperhatikan batas pengeluaran dan kemampuan finansial mereka.

Penelitian ini akan berfokus pada mahasiswa Universitas Negeri Padang yang menggunakan *Shopee Paylater*. Terdapat perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya, terutama dalam hal landasan teori yang digunakan serta karakteristik sampel yang diteliti. Selain itu, adanya perbedaan variabel yang peneliti gunakan dengan penelitian terdahulu.

Berdasarkan uraian di atas, serta didukung oleh temuan-temuan dari beberapa penelitian terdahulu, peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Hubungan Konformitas dengan Perilaku Konsumtif Pengguna *Shopee Paylater* pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian di atas, identifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Mahasiswa sering menjadi target utama *platform* belanja *online*, termasuk fitur *Shopee Paylater*, hal itu disebabkan karena perilaku konsumtif mereka yang didorong oleh keinginan untuk mengikuti tren atau gaya hidup tertentu.
2. Tekanan sosial (konformitas) mendorong mahasiswa untuk mengikuti tren demi penerimaan kelompok.
3. Penggunaan fitur *Shopee Paylater* sering kali dilakukan tanpa pertimbangan matang, mahasiswa melakukan pembelian bukan didasarkan pada

kebutuhan, melainkan dorongan untuk memiliki apa yang dimiliki oleh teman-temannya.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pengguna *Shopee Paylater* pada mahasiswa Universitas Negeri Padang?

D. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih fokus dan memperoleh hasil yang sesuai dengan yang diharapkan, maka batasan masalah dari penelitian ini, yaitu:

1. Apa kategorisasi konformitas pengguna *Shopee Paylater* pada mahasiswa Universitas Negeri Padang?
2. Apa kategorisasi perilaku konsumtif pengguna *Shopee Paylater* pada mahasiswa Universitas Negeri Padang?
3. Apakah ada hubungan konformitas dengan perilaku konsumtif pengguna *Shopee Paylater* pada mahasiswa Universitas Negeri Padang?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kategorisasi konformitas pengguna *Shopee Paylater* pada mahasiswa Universitas Negeri Padang.
2. Untuk mengetahui kategorisasi perilaku konsumtif pengguna *Shopee Paylater* pada mahasiswa Universitas Negeri Padang.

3. Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan konformitas dengan perilaku konsumtif pengguna *Shopee Paylater* pada mahasiswa Universitas Negeri Padang.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu psikologi sosial, khususnya terkait hubungan antara konformitas dan perilaku konsumtif.
- b. Memberikan kontribusi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang membahas perilaku konsumtif dalam konteks penggunaan layanan kredit digital, seperti *Shopee Paylater*.
- c. Penelitian ini dapat memperkaya wawasan tentang dinamika psikologis mahasiswa dalam menghadapi tekanan sosial yang memengaruhi keputusan finansial mereka.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi mahasiswa: penelitian ini dapat membantu mahasiswa memahami faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif mereka sehingga dapat lebih bijak dalam menggunakan fitur seperti *Shopee Paylater*.
- b. Bagi kampus: hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi kampus untuk menyusun program edukasi keuangan bagi mahasiswa, guna meningkatkan literasi finansial mereka.
- c. Bagi masyarakat umum: penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang dampak konformitas terhadap perilaku konsumtif,

khususnya dalam penggunaan layanan kredit atau pinjaman berbasis digital.

G. Sistematika Penulisan

Agar penelitian ini lebih mudah dipahami, karya tulis ini disusun atas 5 bab dengan tujuan agar memiliki suatu susunan yang sistematis dan dapat memudahkan untuk mengetahui hubungan antara bab yang satu dengan bab yang lain sebagai suatu rangkaian yang konsisten. Adapun sistematika yang dimaksud adalah:

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi latar belakang ditulisnya karya ilmiah, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Membahas tentang landasan teori tiap-tiap variabel, hubungan antar variabel, penelitian yang relevan, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Membahas tentang jenis penelitian yang digunakan, definisi operasional, populasi dan sampel, serta instrument penelitian.

BAB IV : PEMBAHASAN

Berisikan analisa penelitian, yang terdiri dari pelaksanaan penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang diperoleh dari hasil pengolahan data penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

