Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi **e-ISSN**: 2549-4236, **p-ISSN**: 1411-8939
Lembaga Penellitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
Volume 23(2), Juli 2023, 2359-2365
DOI: 10.33087/jiubj.v23i2.3438

Pengaruh *Life Style*, Media Sosial TikTok, dan Kebutuhan Terhadap Penggunaan *Shopeepay Later* (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Bojonegoro)

Praptiwi Diana Lestari, Endang
Fakultas Ekonomi Universitas Bojonegoro
Correspondence: yanfroza@gmail.com

Abstrak. Inovasi dalam sektor ekonomi memunculkan pinjaman online seperti contohnya Shopeepay later yang mudah di akses oleh sejumlah mahasiswa yang memicu keinginan para mahasiswa untuk selalu berbelanja pada aplikasi Shopee karena banyaknya tuntutan *life style* dari lingkungan, trend dari sosial media seperti Tiktok, hingga kebutuhan dasar yang mereka gunakan. Karena banyaknya produk yang dijual di Shopee mulai dari harga yang relatif rendah hingga yang terkesan mahal inilah menimbulkan keinginan untuk menggunakan Shopeepay later untuk memudahkan mereka bertransaksi karena mudahnya akses dan pendaftaran yang terbilang cukup mudah dilakukan oleh mahasiswa. Tujuan dari penelitian ini agar dapat mengetahui seberapa besar pengaruh antar variabel, yaitu pengaruh secara parsial oleh variabel *lifestyle*, media sosial TikTok, dan kebutuhan pada penggunaan *Shopeepay Later*, dan pengaruh secara simultan 3 variabel tersebut mempengaruhi penggunaan *Shopeepay Later* pada mahasiswa Universitas Bojonegoro, serta variabel yang paling dominan dari ketiga varibel tersebut pada penggunaan *Shopeepay Later*. Jenis penelitian yang digunakan ialah kuantitatif dengan menggunakan metode penyebaran kuisioner dengan sampel 100 responden dari populasi seluruh mahasiswa Universitas Bojonegoro. Menggunakan metode kuantitatif karena agar dapat dengan mudah menguji hipotesis. teknik pengambilan sampel sendiri menggunakan teknik random sampling dimana peneliti melakukan penyebaran kuisioner melalui google form. Pengujian dalam penelitian ini menggunakan program Spss 25 serta menggunakan 3 tahap uji yaitu pengujian Instrumen, pengujian Asumsi Klasik, serta Uji Hipotesis. Dapat di simpulkan penelitian memperoleh hasil jika Life Style (X1), Media Sosial (X2), dan Kebutuhan (X3), berpengaruh secara parsial terhadap Penggunaan (Y) Shopeepay Later, kemudian Life Style (X1), Media Sosial(X2), dan Kebutuhan (X3) berpengaruh secara simultan terhadap Penggunaan (Y) Shopeepay Later, serta dapat diketahui jika hasil paling dominan yang mempengaruhi penggunaan (Y) Shopeepay Later adalah Kebutuhan (X3).

Kata kunci: *life style*, media sosial, kebutuhan.

Abstract. *Innovations in the economic sector gave rise to online loans such as Shopeepay later which were easily accessible by several students which sparked the desire of students to always shop on the Shopee application because of the many demands on lifestyles from the environment, trends from social media such as Tiktok, to the basic needs they use . The large number of products sold at Shopee, ranging from relatively low prices to those that seem expensive, has created a desire to use Shopeepay later to make it easier for them to make transactions because of easy access and registration which is quite easy for students to do. The purpose of this study is to find out how much influence there is between variables, namely the influence partially by lifestyle variables, TikTok social media, and the need for using Shopeepay Later, and the simultaneous influence of these 3 variables affecting the use of Shopeepay Later on Bojonegoro University students, as well as variables the most dominant of the three variables in the use of Shopeepay Later. The type of research used is quantitative by using the questionnaire method with a sample of 100 respondents from the entire population of Bojonegoro University students. Using quantitative methods to easily test hypotheses, the sampling technique itself uses random sampling where the researcher distributed questionnaires via a google form. it is concluded that the research obtains results if Life Style (XI), Social Media (X2), and Needs (X3), have a partial effect on the Use of (Y) Shopeepay Later, then Life Style (XI). Social Media (X2), and Needs (X3) simultaneously influence the use of (Y) Shopeepay Later, and it can be seen that the most dominant result that influences the use of (Y) Shopeepay Later is Needs (X3).*

Keywords **:** *Life Style, social media, needs.*

PENDAHULUAN

Perkembangan Teknologi di Indonesia khususnya semakin berkembang tahun demi tahun contohnya seperti fintech. Menurut (Rismayadi et al., 2020) Fintech menjadi salah satu solusi atas permasalahan industri keuangan

tradisional yang tidak dapat melayani masyarakat secara menyeluruh. Pada masa seperti ini hampir semua orang menggunakan gadgetnya untuk meangakses internet, karena mudahnya mendapatkan sinyal di daerah yang terkesan pelosok pun saat ini tidak sulit untuk menemukan sinyal, hal ini memicu peningkatan masyarakat menggunakan internet pada gadgetnya. Seiring dengan berjalannya waktu inovasi teknologi terkhusus pada sektor keuangan atau ekonomi semakin berkembang hingga munculnya banyak aplikasi marketplace yang banyak digunakan oleh masyarakat tak terkecuali mahasiswa. Menurut (Rahima, 2022) E-Busniness sendiri merupakan model dari marketplace dimana berhubungan dengan pembeli dan penjual (buyer and seller).

Marketplace yang saat ini banyak digandrungi oleh mahasiswa terkhusus mahasiswa Universitas Bojonegoro adalah Shopee, Shopee sendiri merupakan salah satu marketplace terpopuler dan terbesar di Indonesia. Menurut (Damayanti1 & Canggih, 2021) Dapat diketahui dari jumlah pengunjung Shopee pada tahun 2020 kuartal I memiliki pengunjung sebanyak 71,5 juta, dan kunjungan pada marketplace ini meningkat pada tahun 2020 kuartal II hingga 93,4 juta hal ini membuat Shopee lebih unggul daripada bukalapak dan tokopedia. Salah satu alasan marketplace ini mendapatkan banyak pengguna adalah fitur pay later yang biasa disebut Shopeepay Later yang dapat memudahkan pengguna aplikasi ini khususnya mahasiswa untuk dapat memiliki produk yang mereka inginkan dan butuhkan dengan sistim kredit atau cicilan.

Mudahnya akses Shopeepay Later, mahasiswa yang mayoritas telah memiliki KTP ini bisa dengan mudah mengajukan atau mendaftar fitur ini karena syarat utama dari fitur ini adalah scan foto KTP dan mengisi data diri saja, dan dengan itu mereka dapat memiliki saldo kredit yang nantinya dapat mereka gunakan untuk berbelanja di marketplace shopee ini. Menurut (Hadi, 2020) ShopeePay Later juga memberikan layanan pinjaman instan dengan bunga yang sangat ringan hanya 0% - 2,95%, dan untuk pembayarannya dapat diangsur sebanyak 3, 6, dan 12 kali pada tanggal jatuh tempo setiap bulannya Akibatnya mahasiswa semakin berani melakukan peminjaman online karena tuntutan sosialnya yang mendorong dia terus mengikuti gaya hidup atau life style yang banyak mempengaruhi cara beradaptasi dengan sekitarnya, karena di dalam marketplace ini dengan tuntutan dari sosialnya mahasiswa bisa cenderung membeli produk yang cukup mahal padahal ada yang lebih aman di kantong. Remaja akhir di kalangan mahasiswa, mereka biasa mengikuti gaya hidup yang cenderung konsumtif serta hal yang melekat pada diri mereka cenderung sesuatu yang up to date, sering kali dijumpai saat ini dikalangan generasi muda, tidak jarang dijumpai pada generasi muda mereka memiliki orientasi yang berlebih pada kepuasa, kenikmatan, serta kesenangan yang dimana dapat mengonsumsi secara berlebihan pada sebuah produk atau barang (Mega Kania Putri & Lasmanah, 2018)

Life style yang dimiliki kalangan mahasiswa Universitas Bojonegoro bisa dibilang cukup tinggi, bagi mahasiswa dengan perekonomian yang cukup mumpuni, mereka akan mudah mengikuti life style yang ada disekitarnya dibandingkan dengan mahasiswa dengan perekonomian cenderung menengah kebawah, disaat inilah mahasiswa memfokuskan salah satu jalan keluar adalah menggunakan Shopeepay Later agar dapat mengikuti tuntutan life style di lingkungannya. Menurut (Darwis Lodowich Laana & Sukri, 2022) Perkembangan zaman dapat dikatakan sangat berpengaruh dalam gaya hidup manusia. Cukup banyak variasi dari life style ini salah satunya merupakan make up, gaya berpakaian, hingga gadget yang setiap harinya digunakan oleh mayoritas mahasiswa. Menurut (Yola Armelia & Irianto, 2021) Life style merupakan tingkah laku serta cara seseorang yang tergambar dari minat, opini, serta kegiatan pada pola kehidupan sehari-harinya baik saat bereaksi dengan lingkungan ataupun berinteraksi dengan sesama individu. Life Style ini tidak terlepas jauh dari adanya trend yang dibawakan oleh selebriti yang mempromosikan produk tersebut di sosial media.

Mayoritas mahasiswa setiap harinya hampir tidak pernah lepas dengan gadget, mereka rata-rata menggunakan waktu untuk menjelajah sosial media, sosial media yang saat ini sedang ramai dibicarakan oleh mahasiswa adalah TikTok, dimana sosial media ini memfokuskan video menjadi karakteristiknya. Menurut (Triyanti et al., 2022) Postingan video yang di unggah pada media sosial TikTok diyakini dapat memberikan video yang singkat, menarik, serta informatif, ada beberapa pengusaha hingga selebriti memanfaatkan hal ini guna beriklan hingga dapat memunculkan hal yang disebut “Racun TikTok”. Racun TikTok

inilah yang nantinya akan menjadi trend, dimana mahasiswa berlomba-lomba untuk mengikuti trend tersebut. Banyak pengguna TikTok yang biasanya memberikan referensi make up, pakaian hingga makanan, biasanya mereka adalah affiliator dari produk tersebut. Tentunya bukan tidak mungkin hanya mempromosikan saja sudah bisa mendapatkan komisi, begitulah cara kerja affiliasi, mereka membagikan link dari produk yang terdapat dalam video yang mereka unggah, jika ada viewers yang tertarik dengan produknya mereka dengan mudah dapat mengakses produk tersebut hanya dengan sekali klik link yang telah tertera dalam video itu yang nantinya akan diteruskan ke laman produk tersebut yang berasal dalam aplikasi shopee apalagi kepercayaan pada produk itu akan bertambah dikarenakan review yang dilakukan affilator tersebut menggunakan video TikTok. Menurut (Nadhiv Irvina Wibawa, Akhmad Basuni, 2022) Tiktok merupakan salah satu media sosial yang dapat memberi kemudahan pada penggunanya untuk mengakses suatu informasi dan banyak fungsi lainnya yang menimbulkan keinginan untuk terus menggunakan media sosial ini, alhasil banyak orang lebih menyukai berbelanja online karena sudah dapat meliat review produk di media sosial tersebut. Tidak hanya keperluan untuk lifestyle saja, di Shopee juga banyak barang kebutuhan yang biasa mahasiswa beli untuk keperluannya.

Narvaez (2018) menyebutkan teori kebutuhan yang dikemukakan Maslow yang singkatnya kebutuhan manusia itu dapat diklasifikasikan pada lima jenjang yaitu kebutuhan keamanan (*safety needs*), kebutuhan fisiologis (*psychological needs*), kebutuhan aktualisasi diri (*self actualization*), kebutuhan untuk dihargai (*self esteem needs*), kebutuhan cinta, sayang, kepemilikan (*social needs*). Dalam hal ini manusia memerlukan kebutuhan dasar yang dapat digunakan untuk kesehariannya. Banyak kebutuhan sehari-hari yang ada di Shopee seperti sembako, skincare, pakaian yang bisa mahasiswa akses dengan mudah. Menurut (Susanti & Hayat, 2022) sandang, pangan, papan merupakan semua kebutuhan dasar manusia sebagai mahluk hidup. Mahasiswa dapat melengkapi kebutuhan mereka tersebut dengan menggunakan aplikasi Shopee, karena ada beberapa kebutuhan yang memang memungkinkan untuk mengeluarkan budget lebih seperti skincare yang dibutuhkan mahasiswa setiap bulannya, karena harga skincare bermacam-macam mulai dari harga yang ramah di kantong hingga yang memiliki harga cukup tinggi membuat mahasiswa memutuskan untuk membelinya melalui fitur pay later yang telah disediakan oleh marketplace Shopee. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antar variabel, yaitu pengaruh secara parsial oleh variabel *lifestyle*, media sosial TikTok, dan kebutuhan pada penggunaan *Shopeepay Later*, dan pengaruh secara simultan atau 3 variabel tersebut secara bersama-sama mempengaruhi penggunaan *Shopeepay Later* pada mahasiswa Universitas Bojonegoro, serta variabel yang paling dominan atau berpengaruh dari ketiga varibel tersebut pada penggunaan *Shopeepay Later*.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode kuantitatif agar dapat dengan mudah menguji hipotesis yang telah di persiapkan sebelum memulai penelitian. Metode penelitian kuantitatif cocok digunakan untuk penelitian yang masalahnya sudah jelas, dan umumnya dilakukan pada populasi yang luas, serta metode kuantitatif cocok untuk menguji hipotesis (Sugiyono, 2013). Untuk menggunakan metode ini peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel dengan teknik random sampling dimana peneliti melakukan penyebaran kuisioner melalui google form untuk menggali data serta mendapatkan informasi dari para reponden yang dapat mewakili suatu populasi. Sampel sendiri merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2013). Data yang telah terkumpul akan di uji menggunakan program spss 25. Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan 3 tahap uji yaitu uji validitas dan reliabilitas yang ada dalam pengujian instrumen, uji normalitas, uji multikolinieritas, serta uji heteroskedastisitas yang ada dalam pengujian asumsi klasik, dan yang terakhir merupakan uji t, uji f, uji koefisien determinasi, serta uji paling dominan yang terdapat pada uji hipotesis. untuk menguji hipotesis yang telah di tetapkan oleh peneliti.

HASIL

Tabel 1
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	Koefisien Korelasi	Rtabel	Kesimpulan
Life Style (X1)	X1.1	0,753	0,1966	Valid
	X1.2	0,830	0,1966	Valid
	X1.3	0,832	0,1966	Valid
	X1.4	0,801	0,1966	Valid
Media Sosial (X2)	X2.1	0,826	0,1966	Valid
	X2.2	0,795	0,1966	Valid
	X2.3	0,826	0,1966	Valid
	X2.4	0,822	0,1966	Valid
Kebutuhan (X3)	X3.1	0,775	0,1966	Valid
	X3.2	0,834	0,1966	Valid
	X3.3	0,823	0,1966	Valid
	X3.4	0,747	0,1966	Valid
Penggunaan (Y)	Y1.1	0,784	0,1966	Valid
	Y1.2	0,862	0,1966	Valid
	Y1.3	0,780	0,1966	Valid
	Y1.4	0,674	0,1966	Valid

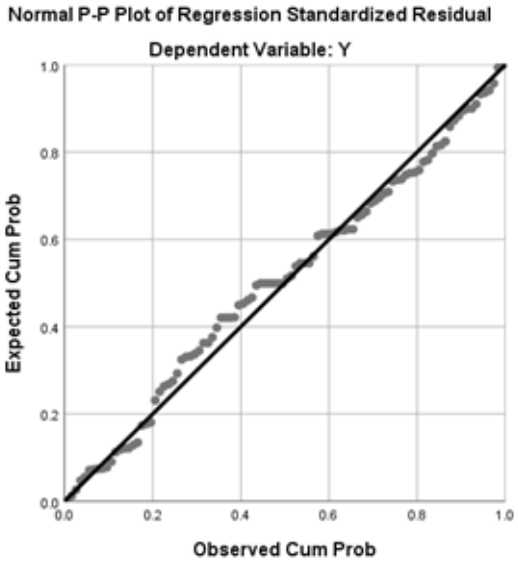
Sumber: data olahan

Tabel 1 terlihat bahwasanya pada pengujian validitas diatas dapat disimpukan jika semua indikator pada semua variabel bebas dan terikat bisa dinyatakan valid, karena nilai signifikansinya ialah 0,000 dan nilai koefisien korelasi lebih besar dari rtabel. Sedangkan Tabel 2 bisa dilihat jika nilai Cronbach's Alpha Hitung lebih besar dari pada Cronbach's Alpha Minimum, dengan ini bisa dikatakan hasil pengujian reliabilitas lolos atau reliabel pada setiap variabelnya.

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha Hitung	Cronbach's Alpha Minimum	Keterangan
1	Life Style (X1)	0,816	0,60	Reliabel
2	Media Sosial (X2)	0,832	0,60	Reliabel
3	Kebutuhan (X3)	0,790	0,60	Reliabel
4	Penggunaan (Y)	0,777	0,60	Reliabel

Sumber: data olahan



Sumber: data olahan

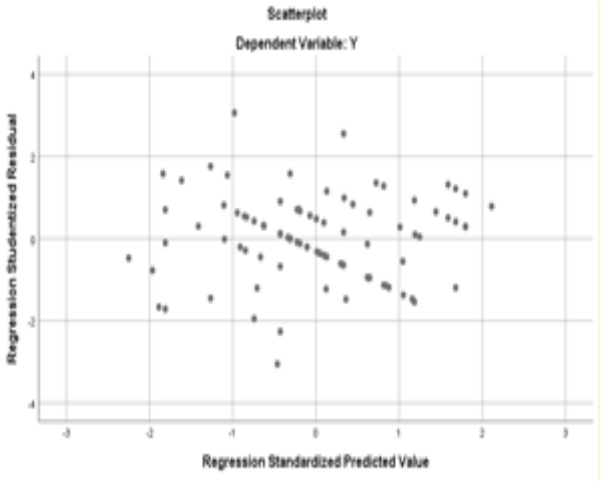
Gambar 1
Hasil Uji Normalitas

Gambar 1 terlihat bahwa terdapat titik-titik atau biasa disebut data ploting mengikuti garis diagonal, dan tidak menyebar jauh dari garis diagonal, hal ini bisa dinyatakan untuk kesimpulan dari uji normalitas adalah model regresi berdistribusi normal, menurut (Rismayadi et al., 2020a). Data akan dinyatakan normal apabila titik-titik pada grafik menyabar disekitar garis dan mengikuti garis diagonal. Tabel 3 Syarat dari tidak terjadinya gejala multikolinieritas adalah jika nilai tolerance >0,100 dan VIF<10,00, karena pada hasil uji multikolinieritas hasil tolerance lebih besar 0,100 dan VIF lebih kecil dari 10,00 bisa dinyatakan jika tidak ada terjadinya multikolinieritas. Gambar 2 disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisias karena tidak ada pola yang jelas seperti bergelombang, melebar, maupun menyempit. Menurut (Rismayadi et al., 2020a). Ketentuan dalam uji heteroskedastisitas ini apabila titik-titik menyebar diatas dan bawah angka 0 pada sumbu y sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Tabel 3
Hasil Uji Multikolinieritas

No	Variabel Bebas	Collinearity Statistic		Keterangan
		Tolerance	VIF	
1	Life Style (X1)	0,687	1.455	Non Multikolinier
2	Media Sosial (X2)	0,667	1.499	Non Multikolinier
3	Kebutuhan (X3)	0,517	1.935	Non Multikolinier

Sumber: data olahan



Sumber: data olahan

Gambar 2
Hasil Heteroskedastisitas

Tabel 4
AnalisisRegresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.158	1.391		2.27	0.025
Life Style	0.253	0.084	0.262	3.010	0.003
Media Sosial	0.148	0.073	0.179	2.028	0.045
Kebutuhan	0.392	0.098	0.404	4.021	0.000

Sumber: data olahan

Tabel 4 menjelaskan bahwa:

a. Variabel Life Style (X1) memiliki pengaruh terhadap variabel penggunaan (Y) karena memiliki nilai thitung 3.010 dengan t tabel 1,984 serta signifikansi 0,000<0,05, dengan ini dapat disimpulkan jika terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel *life style* (X1) terhadap penggunaan (Y).
b. Variabel Media Sosial (X2) memiliki pengaruh terhadap variabel penggunaan (Y)

karena memiliki nilai thitung 2.028 dengan t tabel 1,984 serta signifikansi 0,000<0,05, dengan ini dapat disimpulkan jika terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel media sosial (X2) terhadap penggunaan (Y).

c. Variabel Kebutuhan (X3) memiliki pengaruh terhadap variabel penggunaan (Y) karena memiliki nilai thitung 4,021 dengan t tabel 1,984 serta signifikansi 0,000<0,05, dengan ini dapat disimpulkan jika terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kebutuhan (X3) terhadap penggunaan (Y).

Tabel 4 juga menjelaskan model regresi linier berganda memperoleh persamaan sebagai berikut : Y= 3.158 + 0.253 X1 + 0.148 X2 + 0.392 X3.

Sehingga dapat disimpulkan jika H1 yang berbunyi, diduga Life Style (X1), Media Sosial (X2), dan Kebutuhan (X3) berpengaruh secara parsial terhadap Penggunaan (Y) Shopeepay Later diterima karena Variabel Life Style (X1), Variabel Media Sosial (X2), dan Variabel Kebutuhan (X3) berpengaruh secara parsial terhadap Variabel Penggunaan (Y) Shopeepay Later. Uji t sendiri digunakan untuk menguji pengaruh dari variabel bebas kepada variabel terikat secara sendiri-sendiri dengan ketentuan thitung<ttabel atau sig <0,05 (Rismayadi et al., 2020).

Berdasarkan Tabel 4 terlihat pada hasil uji paling dominan jika variabel kebutuhan memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan dengan variabel life style dan media sosial. Jadi dapat disimpulkan varibel paling dominan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,392 adalah variabel kebutuhan (X3) kepada variabel penggunaan (Y). Dengan begitu H3 ditolak, H3 sendiri berbunyi jika variabel yang paling dominan ialah variabel media sosial (X2) dan karena variabel kebutuhan (X3) nilai koefisien regresinya lebih besar dibandingkan dengan variabel Media Sosial (X2), hal ini dapat disimpulkan jika H3 ditolak. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh (Luthfi et al., 2014) dimana variabel kebutuhan memiliki pengaruh yang dominan terhadap kinerja karyawan PT Elsiscom Prima Karya, Kantor Perwakilan Surabaya.

Tabel 5
Hasil Uji Simultan

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	154.4	3	51.467	31.796	.000b
Residual	155.39	96	1.619		
Total	309.79	99			

Sumber: data olahan

Tabel 5 Dari tabel diatas dapat disimpulkan jika semua variabel bebas (X1,X2,X3) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan (Y) karena memiliki Fhitung sebesar 31.796 dan dengan nilai probabilitas sig = 0,000, nilai Fhitung (31.796) > Ftabel (2,70) dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Dengan kata lain hasil diatas dapat diterima karena sejalan dengan H2 yang dimana Variabel Life Style (X1), Variabel Media Sosial (X2), dan Variabel Kebutuhan (X3) berpengaruh secara simultan terhadap Variabel Penggunaan (Y) Shopeepay Later. Ketentuan dari uji f sendiri jika f hitung > f tabel, serta Nilai sig < 0,05, karena tujuan dari uji f sendiri untuk dapat mengetahui pengaruh varibel bebas kepada variabel terikat secara bersama-sama kepada variabel terikut itu sendiri (Natalia et al., 2022)

Tabel 6
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.706[a]	0.498	0.483	1.272	1.796

Sumber: data olahan

Tabel 6 dapat diketahui dari tabel hasil uji koefisien determinasi jika nilai R Square sebesar 0,498 atau 49,8 %, jadi dapat disimpulkan jika persentase pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel Y adalah 49,8%.

SIMPULAN

Dalam penelitian ini menyatakan jika Life Style, Media Sosial, dan Kebutuhan,

berpengaruh secara parsial terhadap Penggunaan Shopeepay Later. Kemudian Life Style, Media, Sosial, dan Kebutuhan berpengaruh secara simultan terhadap Penggunaan Shopeepay Later. Serta dapat diketahui jika hasil paling dominan yang mempengaruhi penggunaan Shopeepay Later adalah Kebutuhan. Dan dengan total R Square 0,498 jadi bisa disimpulkan jika Life Style, Media Sosial, dan Kebutuhan, berpengaruh terhadap Penggunaan Shopeepay Later hingga 49,8%.

DAFTAR PUSTAKA

Damayanti, F. D. W., & Canggih, C., 2021. Pengaruh Penggunaan Pembayaran Shopeepay Later Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Generasi Milenial Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, *7*(03), 1905–1915.

Darwis Lodowich Laana, & Sukri, U. 2022. Life Style: Perilaku Mahasiswa Masa Kini Dan Pengaruh Media Sosial. *Inculco Journal Of Christian Education*, *2*(1), 8–80.

Hadi, N. 2020. Shopee Pay Later Dalam Prespektif Hukum Ekonomi Syariah. *Iqtisodina*, *3*, 74–82.

Luthfi, R. I., Susilo, H., & Riza, M. F. 2014. Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada Pt Elsiscom Prima Karya , Kantor Perwakilan Surabaya. *Administrasi Bisnis (Jab)*, *13*(2).

Mega Kania Putri, & Lasmanah. 2018. Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Islam Bandung. *Bandung Conference Series: Business And Management*, *2*, 1110–1115.

Nadhiv Irvina Wibawa, Akhmad Basuni, N. 2022. Pengaruh Terpaan Konten Video #Racunshopee Di Tiktok Terhadap Perilaku Konsumtif. *Jprmedcom : Journalism, Public Relation And Media Communication Studies Journal*, *4*(1), 1–12.

Narvaez, D. 2018. *Basic Needs , Wellbeing And Morality Fulfilling Human Potential*.

Natalia, D., Susilawaty, R., Kunci, K., Sistem, K., & Pengguna, K. 2022. Pengaruh Kualitas Sistem , Keamanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pengguna Dalam Penggunaan Paylater (Studi Kasus Pada Pengguna Paylater Di Kota Bandung). 13–14.

Rahima, P. 2022. Pengaruh Fitur Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, *4*(1), 39–50.

Rismayadi, A. A., Dewi, D. K., Anshori, I. F., Sanjaya, A. R., Sanjaya, A. R., Sanjaya, A. R., Informasi, K., & Delone, M. 2020a. Analisis Kepuasan Pengguna Shopeepaylater Menggunakan Model Delone & Mclean. *Jurnal Responsif*, *2*(2), 191–197.

Rismayadi, A. A., Dewi, D. K., Anshori, I. F., Sanjaya, A. R., Sanjaya, A. R., Sanjaya, A. R., Informasi, K., & Delone, M. 2020b. *Shopeepaylater Menggunakan Model*. *2*(2), 191–197.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*.

Susanti, S. D., & Hayat, N. 2022. Strategi Nafkah Perempuan Single Parent Dalam Mempertahankan Kesejahteraan Keluarga. *Jurnal Pendidikan Sosiologi Dan Humaniora*, *13*(2), 251–259.

Triyanti, M. D., Merah, E. L. K., Gratia, G. P., Paringa, T., & C H Primasari. 2022. Fenomena Racun Tiktok Terhadap Budaya Konsumerisme Mahasiswa Di Masa Pandemi Covid-19. *Konstelasi: Konvergensi Teknologi Dan Sistem Informasi*, *2*(1), 193–200.

Yola Armelia, & Irianto, A. 2021. Pengaruh Uang Saku Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Ecogen*, *4*(3), 418–426.