

**PENGARUH PENGGUNAAN FITUR *PAYLATER*, MOTIVASI
BELANJA HEDONIS, DAN PENGETAHUAN KEUANGAN
TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA *MARKETPLACE*
SHOPEE**

Oleh:

Putu Cornelia, NIM 1817051043

Program Studi S1 Akuntansi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan fitur *PayLater*, motivasi belanja hedonis dan pengetahuan keuangan terhadap pembelian impulsif. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan jumlah responden sebanyak 400 generasi Z di Provinsi Bali yang memiliki akun *marketplace* Shopee, pernah menggunakan fitur Shopee *PayLater* sebagai metode pembayaran, minimal satu kali sehari mengunjungi akun *marketplace* Shopee, minimal satu kali dalam seminggu bertransaksi pada *marketplace* Shopee, dan pernah mempejari atau mengikuti seminar terkait keuangan. Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner menggunakan media *google form*. Sampel dipilih menggunakan kriteria dengan teknik *purposive sampling*, kemudian dihitung dengan rumus Slovin. Data yang digunakan adalah data primer berupa jawaban responden dan diolah menggunakan SPSS versi 26. Alat uji data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan uji kualitas data yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas. Setelah itu menggunakan pengujian asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Pengujian hipotesis yang digunakan adalah uji t dan koefisien determinasi. Data dianalisis dengan metode analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan fitur *PayLater* dan motivasi belanja hedonis secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif. Sebaliknya, pengetahuan keuangan secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pembelian impulsif.

Kata Kunci: penggunaan fitur *PayLater*, motivasi belanja hedonis, pengetahuan keuangan, pembelian impulsif

**THE INFLUENCE OF USING THE PAYLATER FEATURE,
HEDONISTIC SHOPPING MOTIVATION, AND FINANCIAL
KNOWLEDGE ON IMPULSIVE PURCHASES ON THE SHOPEE
MARKETPLACE**

By:

Putu Cornelia, NIM 1817051043

Program Studi S1 Akuntansi

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of the use of the PayLater feature, hedonistic shopping motivation and financial knowledge on impulsive purchases. This research is a type of quantitative research with the number of respondents as many as 400 generation Z in Bali Province who have a Shopee marketplace account, have used the Shopee PayLater feature as a payment method, at least once a day visited the Shopee marketplace account, at least once a week transacted on the Shopee marketplace, and have studied or attended seminars related to finance. The data was obtained by distributing questionnaires using google form media. The sample was selected using criteria with a purposive sampling technique, then calculated by the Slovin formula. The data used is primary data in the form of response answers and processed using SPSS version 26. The data test equipment used in this study is a data quality test consisting of a validity test and a reliability test. After that it uses a classical assumption test consisting of a normality test, a multicholinearity test, and a heteroskedasticity test. The hypothesis tests used are the t-test and the coefficient of determination. The data were analyzed by the method of multiple linear regression analysis. The results of this study show that the use of the PayLater feature and hedonistic shopping motivation partially have a positive and significant effect on impulsive purchases. In addition, financial knowledge partially has a negative and significant effect on impulsive purchases.

Keyword: *use of PayLater features, hedonistic shopping motivation, financial knowledge, impulsive purchases*