



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

SKRIPSI TERAPAN

**PENGARUH *LIFESTYLE, ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
(E-WOM), DAN RELIGIUSITAS TERHADAP *IMPULSIVE*
BUYING PADA GENERASI Z MUSLIM PENGGUNA SHOPEE
PAYLATER**



Disusun oleh:
Tiara Falandaru Alfiani/2104411037

PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN SYARIAH

PROGRAM PENDIDIKAN SARJANA TERAPAN

JURUSAN AKUNTANSI

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

TAHUN 2025



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

SKRIPSI TERAPAN

**PENGARUH *LIFESTYLE, ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
(E-WOM), DAN RELIGIUSITAS TERHADAP *IMPULSIVE*
BUYING PADA GENERASI Z MUSLIM PENGGUNA SHOPEE
PAYLATER**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan dari
Politeknik Negeri Jakarta

Disusun oleh:

Tiara Falandaru Alfiani/2104411037

PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN SYARIAH

PROGRAM PENDIDIKAN SARJANA TERAPAN

JURUSAN AKUNTANSI

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

TAHUN 2025



LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tiara Falandaru Alfiani

NIM : 2104411037

Program Studi : Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan Syariah

Jurusan : Akuntansi

Menyatakan bahwa yang dituliskan di dalam Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri bukan jiplakan (plagiasi) karya orang lain baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat, gagasan, atau temuan orang lain yang terdapat di dalam Laporan Tugas akhir telah saya kutip dan saya rujuk sesuai dengan etika ilmiah. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Depok, 16 Juli 2025



Tiara Falandari Alfiani

NIM. 2104411037

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama Penyusun : Tiara Falandaru Alfiani
NIM : 2104411037
Program Studi : Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh *Lifestyle, Electronic Word Of Mouth (E-Wom)*,
Dan Religiusitas Terhadap *Impulsive Buying* Pada Generasi
Z Muslim Pengguna Shopee Paylater

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan Syariah Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.

DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji : Dr. Sylvia Rozza, S.E., M.M. ()

Anggota Penguji : Nurul Hasanah, S.ST., M.Si ()

DISAHKAN OLEH KETUA JURUSAN AKUNTANSI

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 16 Juli 2025

Ketua Jurusan Akuntansi



Dr. Bambang Waluyo, S.E., AK., CA., M.Si
NIP. 197009131999031002



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Tiara Falandaru Alfiani
Nomor Induk Mahasiswa : 2104411037
Program Studi : Akuntansi / Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh *Lifestyle, Electronic Word Of Mouth (E-WOM)*, Dan Religiusitas Terhadap *Impulsive Buying* Pada Generasi Z Muslim Pengguna Shopee Paylater

Disetujui oleh Dosen Pembimbing

Nurul Hasanah, S.ST., M.Si.
NIP. 199201122018032001

Diketahui Oleh

KPS Terapan Keuangan dan Perbankan Syariah

Nurul Hasanah, S.ST., M.Si.
NIP. 199201122018032001



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alam, segala puji dan syukur peneliti atas kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas limpahan rahmat, nikmat, dan karunia-Nya yang tak henti-hentinya diberikan, terutama nikmat iman, islam, serta kesempatan untuk menuntut ilmu. Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad Shalallahu 'Alaihi Wassalam, beserta keluarga, para sahabat, dan seluruh umat beliau hingga akhir zaman. Semoga kita termasuk golongan yang mendapat syafaat beliau di hari akhir kelak.

Puji dan syukur peneliti panjatkan atas segala limpahan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: "Pengaruh *Lifestyle, Electronic Word of Mouth (E-WOM)*, dan Religiusitas terhadap *Impulsive Buying* pada Generasi Z Muslim Pengguna Shopee PayLater" sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bimbingan, dukungan, doa, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak di bawah ini:

1. Bapak Dr. Syamsurizal, S.E., M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Bapak Dr. Bambang Waluyo, S.E., Ak., M.Si, selaku Ketua Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.
3. Ibu Nurul Hasanah, S.ST., M.Si., selaku Ketua Program Studi Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Jakarta sekaligus dosen pembimbing skripsi peneliti, yang telah dengan sabar membimbing, mengarahkan, dan memberikan masukan yang sangat berharga selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih sebesar-besarnya peneliti sampaikan atas segala bimbingan yang telah diberikan.
4. Seluruh dosen Program Studi Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan Syariah Politeknik Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama peneliti duduk di bangku perkuliahan.
5. Kepada mama tercinta, Ibu Fitria Agustin, yang selalu memberikan doa, dukungan dan kontribusi yang sangat besar sejak peneliti memulai perjalanan di dunia perkuliahan hingga menyelesaikan skripsi ini. Kepada ayah tersayang, Bapak Andi Setiawan dan Adik peneliti Alfian Zacky yang selalu mendukung peneliti.
6. Keluarga besar tercinta, khususnya nenek peneliti. Terimakasih atas doa, nasihat dan dukungan yang tiada henti dipanjatkan untuk peneliti, kalianlah yang menjadi alasan peneliti bisa sampai di tahap ini.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

7. Sahabat tercinta Nexia dan Shafira yang sudah peneliti anggap keluarga. Terimakasih telah menjadi inspirasi untuk pengambilan topik skripsi ini. Terimakasih selalu menemani, menghibur, dan mengajak peneliti *hangout* ketika peneliti sedang terpuruk dalam mengerjakan skripsi ini.
8. Kepada sahabat saya maulidi yang selalu membantu, menghibur, dan memberikan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian skripsi ini.
9. Kepada teman-teman seperjuangan khususnya “*Deadliners*”, yaitu Khaililla, Sintiya, Puspa, Fadya, Icha, Dinda, Zalfa, Layla, Firda, Amanda, Adzra, Alin, Nadya, dan Syifa yang telah menjadi teman baik selama masa perkuliahan. Terimakasih atas bantuannya, kebersamaan, dukungan, dan motivasi yang diberikan tiada henti. Terima kasih telah mengisi sebagian perjalanan indah peneliti, peneliti harap pertemanan ini akan berlangsung selamanya.
10. Teman-teman Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan Syariah angkatan 2021, khususnya teman-teman BS 8B yang telah membantu peneliti melewati masa perkuliahan.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Depok, 16 Juli 2025
Peneliti

Tiara Falandaru AlfianiI



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademis Politeknik Negeri Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tiara Falandaru Alfiani
NIM : 2104411037
Program Studi : Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan Syariah
Jurusan : Akuntansi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Jakarta **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pengaruh Lifestyle, Electronic Word Of Mouth (E-WOM), Dan Religiusitas Terhadap Impulsive Buying Pada Generasi Z Muslim Pengguna Shopee Paylater”.

Dengan hak bebas royalti non eksklusif ini Politeknik Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia atau mengformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok
Pada Tanggal : 16 Juli 2025

Yang menyatakan

(Tiara Falandaru Alfiani)



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Tiara Falandaru Alfiani

Keuangan dan Perbankan Syariah

Pengaruh *Lifestyle*, *Electronic Word Of Mouth* (E-Wom), Dan Religiusitas Terhadap *Impulsive Buying* Pada Generasi Z Muslim Pengguna Shopee Paylater

ABSTRAK

Fenomena meningkatnya perilaku pembelian impulsif di kalangan Generasi Z, terutama akibat kemudahan akses pembayaran digital seperti Shopee PayLater, menjadi perhatian utama dalam penelitian ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *lifestyle*, *electronic word of mouth* (E-WOM), dan religiusitas terhadap *impulsive buying* pada Generasi Z Muslim pengguna Shopee PayLater di wilayah Jabodetabek. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) dengan bantuan software SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *lifestyle* dan E-WOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying*, sedangkan religiusitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *impulsive buying*. Temuan ini menunjukkan bahwa gaya hidup konsumtif dan pengaruh ulasan digital memiliki peran penting dalam mendorong perilaku impulsif, sedangkan tingkat religiusitas yang tinggi mampu menahan perilaku konsumtif tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi pemasaran yang lebih etis dan edukatif bagi pelaku e-commerce, serta menjadi rujukan bagi akademisi dalam memahami dinamika konsumsi di era digital berbasis nilai.

Kata Kunci: Shopee paylater. Pembelian impulsif, gaya hidup, religiusitas, promosi elektronik



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Tiara Falandaru Alfiani

Keuangan dan Perbankan Syariah

The Influence of Lifestyle, Electronic Word Of Mouth (E-Wom), and Religiosity on Impulsive Buying in Generation Z Muslim Shopee Paylater Users

ABSTRACT

The phenomenon of increasing impulsive buying behavior among Generation Z, especially due to easy access to digital payments such as Shopee PayLater, is the main concern in this study. The purpose of this study is to analyze the influence of lifestyle, electronic word of mouth (E-WOM), and religiosity on impulsive buying in Generation Z Muslim Shopee PayLater users in the Greater Jakarta area. This research uses a quantitative approach with a survey method through distributing questionnaires. The data analysis technique used is Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) with the help of SmartPLS 3.0 software. The results showed that lifestyle and E-WOM have a positive and significant effect on impulsive buying, while religiosity has a negative and significant effect on impulsive buying. These findings indicate that a consumptive lifestyle and the influence of digital reviews have an important role in encouraging impulsive behavior, while a high level of religiosity is able to withstand this consumptive behavior. This research is expected to contribute to the development of more ethical and educative marketing strategies for e-commerce players, as well as a reference for academics in understanding the dynamics of consumption in the value-based digital era.

Keywords: *Shopee paylater. Impulsive buying, lifestyle, religiosity, electronic word of mouth*



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.6 Sistematika Penulisan Skripsi	11
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Gaya Hidup (<i>Lifestyle</i>)	13
2.2 Electronic Word Of Mouth (E-WOM)	14
2.3 Religiusitas	16
2.4 Impulsive Buying	18
2.5 Penelitian Terdahulu.....	20
2.6 Kerangka Pemikiran	23
2.7 Hipotesis	23
2.7.1 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap <i>Impulsive Buying</i> Gen Z Pengguna Shopee Paylater.....	23
2.7.2 Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> (E-WOM) Terhadap <i>Impulsive Buying</i> Gen Z Pengguna Shopee Paylater	24
2.7.3 Pengaruh Religiusitas Terhadap <i>Impulsive Buying</i> Gen Z Pengguna Shopee Paylater.....	24
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Jenis Penelitian	26



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.2 Objek Penelitian	26
3.3 Metode Pengambilan Sampel	26
3.4 Jenis dan Data Sumber Penelitian	27
3.5 Metode Pengumpulan Data Penelitian	28
3.6 Definisi Operasional Variabel	28
3.7 Metode Analisis Data	29
3.7.1 Analisa Pengukuran Model (<i>Outer model</i>).....	30
3.7.2 Analisa Model Struktural (<i>inner model</i>).....	31
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Hasil Penelitian.....	33
4.1.1 Hasil Uji Instrumen Data	33
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	36
4.1.3 Hasil Analisis Data	41
4.1.4 Pembahasan Hasil Survei.....	50
4.2 Pembahasan	72
4.3 Implikasi Hasil Penelitian	76
BAB 5 PENUTUP	78
5.1 Kesimpulan.....	78
5.2 Saran	80
DAFTAR REFERENSI	82
LAMPIRAN	88



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

Table 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Table 3.1 Skala Likert	28
Table 3.2 Indikator Penelitian	29
Table 4.1 Hasil Uji Outer loading Pre-Test	33
Table 4.2 Hasil Uji Outer Loading setelah penghapusan Item	34
Table 4.3 Hasil Uji AVE	35
Table 4.4 Hasil Uji Outer Loading	43
Table 4.5 Hasil Uji AVE	44
Table 4.6 Hasil Cross Loading Uji validitas diskriminan	44
Table 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	45
Table 4.8 Tabel Hasil R Square	46
Table 4.9 Tabel hasil F Square	47
Table 4.10 Tabel Hasil Q Square	47
Table 4.11 Tabel hasil Path Coefficient	48
Table 4.12 Hasil Bootstrapping Path Coefficient	49



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data pengguna Paylater di Indonesia	3
Gambar 1.2 Grafik Pra-penelitian	7
Gambar 2.1 Hipotesis Penelitian.....	23
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	37
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Domisili	38
Gambar 4.4 Responden Berdasarkan Domisili	38
Gambar 4.5 Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
Gambar 4.6 Responden Berdasarkan Pendapatan.....	40
Gambar 4.7 Responden Berdasarkan Lama Penggunaan	41
Gambar 4.8 Outer Model (Loading Factor)	42
Gambar 4.9 Diagram pie hasil pernyataan X1.1	50
Gambar 4.10 Diagram pie hasil pernyataan X1.4.....	51
Gambar 4.11 Diagram pie hasil pernyataan X1.5.....	52
Gambar 4.12 Diagram pie hasil pernyataan X1.6.....	53
Gambar 4.13 Diagram pie hasil pernyataan X2.1	54
Gambar 4.14 Diagram pie hasil pernyataan X2.3.....	55
Gambar 4.15 Diagram pie hasil pernyataan X2.5.....	56
Gambar 4.16 Diagram pie hasil pernyataan X2.6.....	57
Gambar 4.17 Diagram pie hasil pernyataan X2.7	58
Gambar 4.18 Diagram pie hasil pernyataan X2.8.....	59
Gambar 4.19 Diagram pie hasil pernyataan X2.9.....	60
Gambar 4.20 Diagram pie hasil pernyataan X2.11.....	61
Gambar 4.21 Diagram pie hasil pernyataan X3.2	62
Gambar 4.22 Diagram pie hasil pernyataan X3.3.....	63
Gambar 4.23 Diagram pie hasil pernyataan X3.5.....	64
Gambar 4.24 Diagram pie hasil pernyataan X3.6.....	65
Gambar 4.25 Diagram pie hasil pernyataan X3.7	66
Gambar 4.26 Diagram pie hasil pernyataan Y.1	67
Gambar 4.27 Diagram pie hasil pernyataan Y.3.....	68
Gambar 4.28 Diagram pie hasil pernyataan Y.4.....	69
Gambar 4.29 Diagram pie hasil pernyataan Y.7	70
Gambar 4.30 Diagram pie hasil pernyataan Y.8.....	71

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	24
Lampiran 2 Kuesioner penelitian (lanjutan)	25
Lampiran 3 Tabulasi Data hasil kuesioner.....	30
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Realiabilitas Pre-Test.....	41
Lampiran 5 Hasil Uji Analisis Model Pengukuran (Outer Model).....	43
Lampiran 6 Hasil Uji Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	45





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kemajuan pesat dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi telah membawa transformasi signifikan dalam berbagai sektor kehidupan, termasuk ekonomi dan keuangan. Sebagai bentuk adaptasi terhadap kebutuhan masyarakat yang semakin dinamis, lahirlah inovasi dalam bentuk *financial technology* (fintech). Fintech hadir untuk memberikan kemudahan dalam mengakses layanan keuangan secara digital. Salah satu wujud nyata dari perkembangan fintech yang kini banyak diminati oleh masyarakat Indonesia adalah *e-commerce*, yakni platform perdagangan elektronik yang memfasilitasi aktivitas jual beli secara online dengan lebih praktis dan efisien.

Di Indonesia, perkembangan *e-commerce* mengalami lonjakan signifikan, khususnya sejak masa pandemi COVID-19 yang memaksa masyarakat untuk lebih mengandalkan layanan dan transaksi secara digital. Menurut data dari Google et al. (2023), nilai ekonomi digital Indonesia tumbuh 8% dari tahun sebelumnya, diprediksi mencapai lebih dari USD 80 miliar, dan sektor *e-commerce* menjadi kontributor utamanya. Pada tahun 2019, Indonesia tercatat sebagai salah satu negara dengan tingkat adopsi *e-commerce* tertinggi di dunia. Sekitar 90% pengguna internet berusia 16 hingga 64 tahun di Indonesia telah melakukan transaksi jual beli barang maupun jasa secara online (Damayanti & Canggih, 1905).

Seiring berkembangnya *e-commerce*, berbagai inovasi terus bermunculan untuk meningkatkan kenyamanan konsumen. Salah satu inovasi yang kini banyak diminati adalah sistem pembayaran *Buy Now Pay Later* (BNPL), atau yang lebih dikenal dengan istilah *paylater*, yang memungkinkan pengguna untuk melakukan pembelian terlebih dahulu dan membayarnya di kemudian hari. Dengan layanan ini, pengguna dapat membeli barang terlebih dahulu dan kemudian membayarnya dengan cicilan berjangka dalam waktu tiga, enam hingga satu tahun. Tren penggunaan fitur *paylater* atau layanan kredit yang disediakan oleh platform *e-commerce* kian meningkat karena dinilai memberikan kemudahan dalam bertransaksi secara daring. Kemudahan tersebut mencakup proses pengajuan,



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

pendaftaran, hingga aktivasi layanan yang relatif cepat dan sederhana. Hal ini menjadikan paylater sebagai alternatif metode pembayaran berbasis kredit yang lebih praktis dan efisien dibandingkan dengan layanan kredit konvensional dari lembaga perbankan.

Generasi Z menjadi salah satu bagian target pasar dari adanya kemajuan teknologi paylater tersebut. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat mayoritas penduduk Indonesia didominasi oleh Gen Z (usia 13 sampai 28 tahun) dengan proporsi sebanyak 27,94% dari total populasi di Indonesia. Salah satu ciri khas yang sering dikaitkan dengan Generasi Z adalah pola perilaku mereka dalam mengelola keuangan. Gen Z kerap diasosiasikan sebagai generasi yang cenderung konsumtif dan mementingkan gaya hidup hedonis. Berdasarkan hasil studi yang dipaparkan oleh Farida Hasna, selaku Lead Researcher di Jakpat, ditemukan bahwa tingkat kesadaran Gen Z dalam menyisihkan pengeluaran untuk kebutuhan jangka panjang seperti investasi, tabungan, dan asuransi masih tergolong rendah jika dibandingkan dengan kelompok usia lainnya. (Wicaksono, 2021).

Gaya hidup konsumtif yang dijalani oleh Generasi Z cenderung mengarah pada perilaku yang tidak sederhana, dengan motivasi utama untuk menunjukkan citra diri atau melakukan flexing. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Populix terhadap 875 responden Gen Z di Indonesia secara daring pada 19 hingga 30 April 2024, diketahui bahwa mayoritas responden (69%) lebih memilih mengalokasikan pengeluaran mereka untuk membeli makanan dibandingkan menabung. Selain itu, sebanyak 14% menggunakan dananya untuk produk kecantikan, 9% untuk transportasi, 5% untuk hiburan, dan 3% untuk kebutuhan berlibur. (Yonatan, 2024).

Shopee merupakan salah satu platform e-commerce yang paling diminati oleh Generasi Z dalam memenuhi kebutuhan gaya hidup mereka. Popularitas ini dibuktikan dengan diraihnya penghargaan Gold dalam ajang *Marketeers Youth Choice Award (YCA)* 2025 sebagai e-commerce favorit pilihan Gen Z. Shopee hadir sebagai aplikasi berbasis mobile yang memfasilitasi aktivitas jual beli secara daring dengan praktis melalui perangkat ponsel. Platform ini didukung oleh sistem pembayaran yang aman, layanan logistik yang terintegrasi, serta fitur sosial yang inovatif, sehingga memberikan pengalaman belanja yang lebih efisien, menyenangkan, dan terpercaya bagi penggunanya (Shopee, 2025).

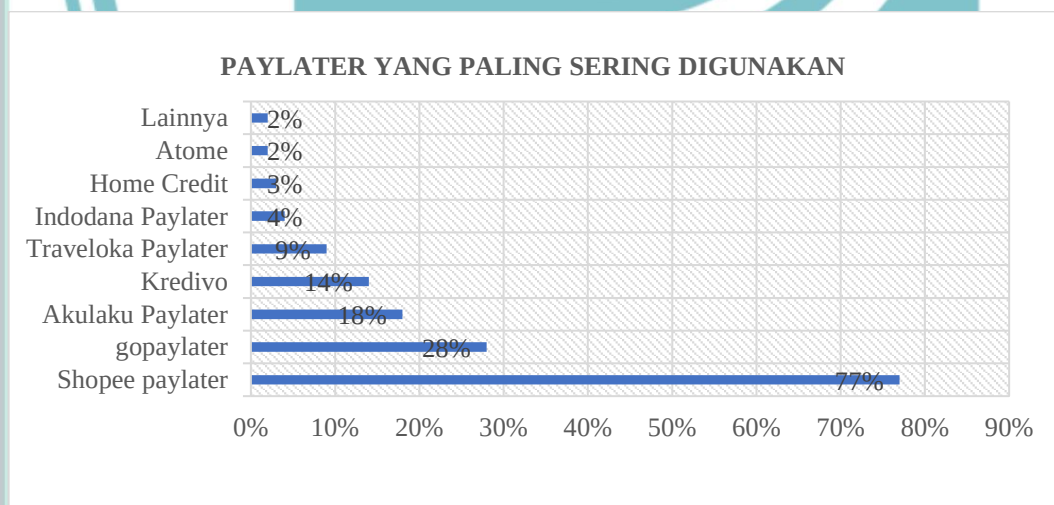


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Sebagai salah satu platform e-commerce terbesar di kawasan Asia Tenggara, Shopee turut menyediakan layanan pembayaran berbasis *Buy Now Pay Later* (BNPL). Fitur tersebut dikenal dengan nama Shopee PayLater, yakni sebuah fasilitas pembiayaan yang memungkinkan pengguna untuk melakukan pembelian terlebih dahulu dan membayarnya secara cicilan tanpa memerlukan kartu kredit. Shopee PayLater menawarkan pilihan tenor mulai dari 1 bulan hingga 12 bulan, dengan suku bunga yang bervariasi antara 0% hingga 2,95%, tergantung pada ketentuan dan kebijakan yang berlaku. Pengajuan shopee paylater hanya membutuhkan KTP dan foto diri saja. Selain itu shopee paylater memiliki keunggulan dengan menyediakan limit pinjaman yang cukup besar dibandingkan dengan paylater lain (Fauziah et al., 2022). Shopee paylater juga hadir sebagai solusi untuk meningkatkan kenyamanan dan fleksibilitas pengguna dalam berbelanja, dengan proses pendaftaran yang mudah, persetujuan yang cepat, serta sering kali disertai dengan berbagai promo menarik. Shopee paylater menjadi paylater paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, menempati urutan pertama.



Gambar 1.1 Data pengguna Paylater di Indonesia

Sumber: Populix 2023

Berdasarkan survei Populix (2023) pada Gambar 1.1 Shopee PayLater tercatat sebagai layanan *paylater* yang paling banyak digunakan oleh konsumen. Berdasarkan survei yang dilakukan pada tanggal 15 hingga 18 September 2023 terhadap 1.017 responden di seluruh wilayah Indonesia, sebanyak 77% responden menyatakan lebih sering menggunakan Shopee PayLater dibandingkan layanan paylater lainnya. Mayoritas



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

responden berasal dari Pulau Jawa (79%), diikuti oleh Pulau Sumatra (12%), dan sisanya dari wilayah lainnya (9%). Jika dilihat berdasarkan kelompok usia, responden didominasi oleh individu berusia 17–25 tahun (55%) dan 26–35 tahun (31%). Temuan ini mencerminkan tingginya minat konsumen, khususnya kalangan usia muda, dalam memanfaatkan metode pembayaran Shopee PayLater untuk memenuhi kebutuhan belanja mereka secara praktis dan fleksibel.

Namun, di sisi lain, penggunaan shopee paylater juga menimbulkan kekhawatiran, terutama terkait mendorong munculnya pola konsumsi yang cenderung konsumtif. Gen Z telah mengubah perilaku konsumsi mereka dari hanya memenuhi kebutuhan menjadi gaya hidup (lifestyle) yang didasarkan pada keinginan dan kepuasan (utility). Gaya hidup ini membutuhkan waktu dan uang untuk menghabiskannya (Nirmala. et al., 2022). Gaya hidup yang mengikuti tren dan keinginan untuk tampil sesuai ekspektasi sosial seringkali membuat individu, khususnya Gen Z, terdorong untuk membeli barang-barang yang sebenarnya tidak menjadi kebutuhan utama. Hal ini kemudian memicu perilaku impulsive buying, di mana keputusan membeli dilakukan secara spontan tanpa perencanaan yang matang meskipun belum memiliki dana yang cukup.

Impulsive buying juga dapat terjadi karena dorongan faktor lain seperti *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM). Rekomendasi atau pendapat yang disampaikan oleh pengguna lain melalui media sosial, khususnya yang berkaitan dengan pengalaman menggunakan shopee paylater, menjadi salah satu sumber informasi penting yang dapat memengaruhi keputusan pembelian, terutama di kalangan Gen Z. Informasi yang tersebar secara luas dalam bentuk ulasan, testimoni, atau komentar di platform digital dapat membentuk persepsi positif terhadap layanan dan mendorong perilaku pembelian yang impulsif.. Didukung oleh hasil penelitian Herdiana (2023). E-WOM berkontribusi terhadap perilaku *Impulsive Buying*. Artinya, semakin banyak ulasan atau rekomendasi positif yang diterima pengguna mengenai shopee paylater, semakin tinggi kemungkinan mereka melakukan pembelian secara impulsif tanpa pertimbangan yang matang.

Berdasarkan riset yang dilakukan Kredivo (2024), terdapat beberapa alasan utama yang mendorong pengguna memilih *paylater* sebagai metode pembayaran. Hampir setengah dari responden menyatakan bahwa kemudahan dalam



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

memperoleh kredit menjadi faktor utama yang mendorong mereka untuk menggunakan layanan tersebut. Layanan ini dapat diakses hanya dengan bermodalkan identitas diri dan persetujuan pengguna. Dalam waktu kurang dari 24 jam Gen Z, sudah dapat menggunakan fasilitas pembiayaan tersebut. Namun, kemudahan akses terhadap layanan paylater justru memunculkan permasalahan baru, khususnya di kalangan Gen Z. Peneliti dari Institute for Development of Economics and Finance (Indef), Huda (2022), Menyatakan bahwa tidak sedikit dari Gen Z yang kemudian mengalami kesulitan keuangan akibat penggunaan paylater yang tidak terkendali. Banyak dari pengguna mengaku mengalami kelipatan hutang hingga mencapai hampir empat kali lipat dari pendapatan bulanan mereka. Hal ini disebabkan oleh akumulasi cicilan yang terus bertambah, ditambah dengan bunga dan denda keterlambatan pembayaran.

Proses untuk keluar dari beban hutang paylater tidaklah mudah. Sebagian pengguna bahkan harus mengajukan pinjaman di platform paylater lain untuk melunasi kewajiban sebelumnya, sehingga menciptakan siklus hutang yang berkelanjutan. Salah satu faktor utama yang mendorong perilaku konsumtif ini adalah gaya hidup Gen Z yang cenderung mengikuti tren dan tidak ingin tertinggal dalam hal gaya hidup, meskipun harus menggunakan fasilitas pembiayaan seperti paylater.

Hal ini sangat berbanding terbalik dengan prinsip syariah. Menurut prinsip syariah, Konsumsi dapat dimaknai sebagai aktivitas manusia dalam memenuhi kebutuhan jasmani maupun rohani dengan tujuan mendukung pelaksanaan peran dan tanggung jawabnya sebagai hamba Allah SWT. Melalui konsumsi yang tepat, individu tidak hanya menjaga keberlangsungan hidup, tetapi juga berupaya untuk mencapai keseimbangan antara aspek duniawi dan ukhrawi (Sukma & Canggi, 2021). Konsep konsumsi dalam Islam ditegaskan dalam firman Allah SWT dalam QS. Al-A'raf ayat 31: "Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah setiap kali memasuki masjid dan makan serta minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebihan." Ayat ini memberikan panduan bahwa konsumsi hendaknya dilakukan secara seimbang, secukupnya, dan tidak berlebihan, karena sikap berlebih-lebihan tidak disukai oleh Allah SWT. Dalam pandangan Islam, konsumsi tidak hanya mencakup pemenuhan



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

kebutuhan fisik, tetapi juga harus dijauhkan dari sikap bermewah-mewahan, pemborosan, serta berutang secara tidak bijak. Tujuan utama dari konsumsi Islami adalah untuk menciptakan kemaslahatan, menjaga keseimbangan antara kepentingan dunia dan akhirat, serta menumbuhkan tanggung jawab sosial dan spiritual dalam aktivitas ekonomi individu (Amir, 2016).

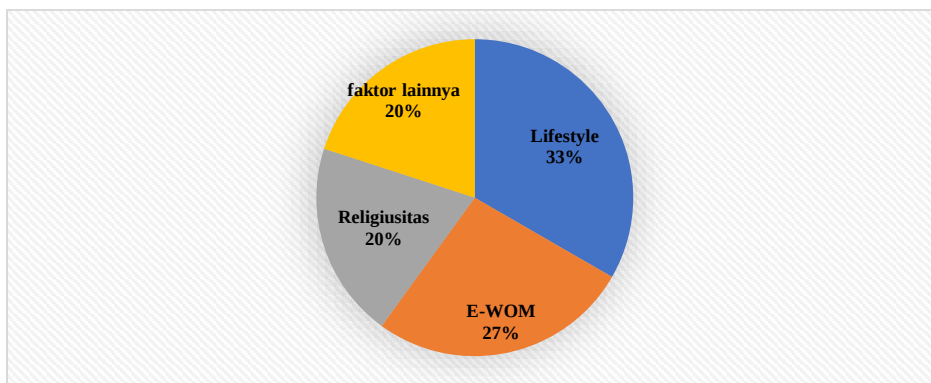
Dalam masyarakat Indonesia yang notaben beragama Islam, nilai-nilai religiusitas juga menjadi faktor yang penting dalam pengambilan keputusan, terutama terkait transaksi keuangan. Sistem paylater yang menyerupai kredit atau pinjaman dengan bunga sering kali dianggap bertentangan dengan prinsip syariah. Hal ini dikarenakan shopee paylater mengandung riba dalam pelunasan utangnya. Walaupun, pada bulan pertama dikenakan 0% tetapi jika yang diberi pinjaman (muqrid) membayar melewati waktu jatuh tempo akan dikenakan denda sebesar 5% dari nominal pembayarannya dan ada biaya administrasi sebesar 1% (Ayu et al., 2023). Hal itu dikategorikan riba karena terlepas kedua belah pihak sudah menyetujui kontrak yang diajukan oleh peminjam (muqrid) kepada yang diberi pinjaman (muqtarid), mekanisme fitur paylater ini menguntungkan pihak shopee dan memberatkan pihak pengguna layanan shopee paylater ini.

Namun demikian, realita menunjukkan bahwa banyak Gen z beragama muslim tetap menggunakan shopee paylater. Walaupun tidak tersedia data publik yang secara spesifik membandingkan jumlah pengguna shopee paylater berdasarkan agama, seperti Muslim dan non-Muslim. Namun, mengingat Indonesia adalah negara dengan mayoritas penduduk Muslim, dapat diasumsikan bahwa sebagian besar pengguna layanan ini adalah Muslim. Hal ini juga terlihat dari hasil penelitian Julita et al. (2022) yang menyatakan bahwa banyak mahasiswa muslim yang sebagai responden yang menggunakan layanan shopee paylater. Tidak dapat dipungkiri bahwa Gen Z muslim banyak yang menggunakan shopee paylater walaupun bertentangan dengan agama.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 1.2 Grafik Pra-penelitian

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Peneliti juga telah melakukan pra-penelitian terhadap 15 responden Gen Z Muslim pengguna shopee paylater yang berdomisili di wilayah Jabodetabek. Berdasarkan hasil pra-penelitian tersebut, diketahui bahwa sebesar 90% responden menyadari bahwa penggunaan layanan shopee paylater mengandung unsur bunga (riba) yang bertentangan dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Meskipun demikian, sebagian besar responden tetap memilih untuk menggunakan layanan tersebut karena berbagai pertimbangan.

Faktor utama yang mendorong responden untuk tetap menggunakan Shopee PayLater adalah aspek gaya hidup (*lifestyle*), dengan persentase sebesar 33%. Responden mengakui bahwa gaya hidup yang serba cepat dan instan mendorong mereka untuk memilih metode pembayaran yang praktis dan tidak mengharuskan menunggu penghasilan bulanan. Melalui shopee paylater, mereka dapat memenuhi kebutuhan maupun keinginan secara langsung tanpa harus mengalami keterbatasan finansial sementara. Faktor berikutnya adalah Electronic Word of Mouth (E-WOM) yang memengaruhi 27% responden. Informasi, testimoni, dan ulasan yang disebarakan melalui media sosial maupun platform digital lainnya memberikan dorongan psikologis serta membentuk persepsi positif terhadap layanan paylater. Religiusitas menempati urutan ketiga dengan pengaruh sebesar 20%, yang menunjukkan bahwa sebagian responden mempertimbangkan nilai-nilai keagamaan dalam keputusan konsumsi mereka, meskipun belum sepenuhnya menjadi faktor dominan. Adapun faktor lainnya, seperti faktor kebutuhan mendesak atau kemudahan, menyumbang sebesar 20% dari total respon. Temuan ini menunjukkan adanya pertentangan antara kesadaran religius dengan tuntutan gaya



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

hidup modern di kalangan Generasi Z Muslim, khususnya dalam konteks konsumsi digital melalui platform *e-commerce*.

Selain gap fenomena peneliti juga menemukan beberapa gap penelitian dari penelitian terdahulu. Pertama pada penelitian Tjemara & Nurlinda (2025), yang menyatakan lifestyle berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying*, namun berbeda dengan penelitian Listriyani & Wahyono (2019), menyatakan bahwa lifestyle tidak berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying*. Penelitian yang dilakukan oleh Puspita et al. (2023) yang menyatakan E-WOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying*, namun berbeda dengan penelitian Effendi et al. (2020) yang menyatakan E-WOM tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif. Penelitian yang dilakukan Hazmi (2023) yang menyatakan Religiusitas berpengaruh negatif signifikan terhadap impulse buying, namun berbeda dengan penelitian Nadea (2023) yang menyatakan religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying*.

Dengan adanya Gap fenomena dan gap penelitian, menjadi menarik untuk dikaji lebih dalam karena menggambarkan kompleksitas perilaku konsumen *e-commerce* yang tidak hanya dipengaruhi oleh nilai-nilai pribadi seperti religiusitas, tetapi juga oleh faktor eksternal seperti gaya hidup dan E-WOM. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis “Pengaruh *lifestyle*, *Electronic word of mouth* (E-WOM), dan religiusitas terhadap *Impulsive Buying* Generasi z muslim penggunaan Shopee paylater,” sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perilaku konsumen dalam ekosistem *e-commerce* saat ini.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Shopee paylater merupakan salah satu layanan pembiayaan digital yang semakin populer, khususnya di kalangan Generasi Z. Kemudahan akses, proses pendaftaran yang cepat, serta syarat yang mudah menjadi alasan utama mengapa layanan ini banyak diminati. Hanya dengan mengunggah identitas diri dan menyetujui syarat dan ketentuan, pengguna sudah dapat menikmati fasilitas kredit dalam waktu singkat. Fenomena ini menunjukkan adanya perubahan gaya hidup dan pola konsumsi di kalangan Gen Z, dimana kepraktisan dan kecepatan menjadi prioritas utama. Namun, kemudahan ini justru memicu perilaku konsumtif yang tidak terkendali. Banyak Gen Z yang akhirnya menggunakan layanan paylater



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

secara berlebihan, bahkan melebihi batas kemampuan finansial mereka, sehingga memiliki hutang yang menumpuk, ditambah dengan bunga dan denda keterlambatan.

Dalam konteks ekonomi Islam, perilaku konsumsi yang demikian bertentangan dengan prinsip syariah. Islam menekankan pentingnya bersikap *wasathiyah* (moderat) dalam konsumsi dan melarang perbuatan *israf* (pemborosan). Konsumsi dalam Islam tidak hanya berorientasi pada pemenuhan kebutuhan duniawi, tetapi juga harus membawa kemaslahatan, menjaga keseimbangan, dan menghindari mudarat. Namun, realitanya banyak Gen Z Muslim yang justru terjebak dalam siklus konsumsi yang berlebihan melalui fasilitas *paylater*, yang berujung pada kesulitan finansial, bahkan ketergantungan pada hutang. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumsi yang dilakukan belum sejalan dengan prinsip-prinsip syariah. Perilaku tersebut tidak mencerminkan konsumsi yang membawa maslahat, melainkan justru mengarah pada kemudharatan baik secara ekonomi maupun religiusitas.

Selain itu Hasil penelitian terdahulu juga masih menunjukkan inkonsistensi, bahwa ada penelitian yang menyatakan gaya hidup berpengaruh positif terhadap *impulsive buying*, dan ada yang menyatakan sebaliknya. Begitupun dengan *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) dan Religiusitas ada yang berpendapat *variable* tersebut berpengaruh terhadap *impulsive buying* dan ada yang menyatakan tidak berpengaruh signifikan.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian dalam latar belakang penelitian ini, maka peneliti merumuskan beberapa masalah yang akan dikaji adalah:

1. Apakah *Life Style* memengaruhi *Impulsive Buying* pada pengguna Shopee *paylater* di kalangan Gen Z muslim di Jabodetabek.
2. Apakah *Electric Word Of Mouth* (E-WOM) memengaruhi *Impulsive Buying* pada pengguna Shopee *paylater* di kalangan Gen Z muslim di Jabodetabek.
3. Apakah Religiusitas memengaruhi *Impulsive Buying* pada pengguna Shopee *paylater* di kalangan Gen Z muslim di Jabodetabek.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan rumusan masalah yang telah dikemukakan, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menganalisis pengaruh *Life Style* terhadap *Impulsive Buying* pada pengguna Shopee paylater di kalangan Gen Z muslim di Jabodetabek.
2. Untuk menganalisis pengaruh *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM) terhadap *Impulsive Buying* pada pengguna Shopee paylater di kalangan Gen Z muslim di Jabodetabek.
3. Untuk menganalisis pengaruh *Religiusitas* terhadap *Impulsive Buying* pada pengguna Shopee paylater di kalangan Gen Z muslim di Jabodetabek.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan untuk mampu menyajikan manfaat dan kontribusi baik dari segi teoritis maupun praktis, yakni:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori dan literatur. Khususnya dalam bidang perilaku konsumen, ekonomi digital, dan ekonomi Islam. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi tambahan bagi pengembangan teori mengenai pengaruh gaya hidup, *electronic word of mouth* (E-WOM), dan *religiusitas* terhadap perilaku pembelian impulsif, terutama dalam konteks penggunaan layanan *paylater* di kalangan Gen Z Muslim. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi dasar dalam melihat relevansi nilai-nilai religius dalam menahan dorongan konsumtif pada era digital saat ini. Penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian sejenis dengan pendekatan variabel lain atau cakupan wilayah yang berbeda, serta memperkaya studi mengenai perilaku keuangan di era digital berbasis prinsip ekonomi Islam.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Konsumen (Gen Z Muslim)

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran kaum Gen Z Muslim terhadap pentingnya pengelolaan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Dengan mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi perilaku impulsif, konsumen diharapkan dapat lebih bijak dalam



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

menggunakan layanan kredit digital seperti Shopee paylater agar tidak terjebak dalam pola konsumsi yang merugikan.

- b. Bagi Pelaku Industri (Perusahaan Fintech & E-commerce)

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi perusahaan penyedia layanan paylater dalam merancang strategi promosi dan edukasi keuangan yang lebih bertanggung jawab. Perusahaan dapat mempertimbangkan aspek nilai, gaya hidup, serta etika konsumen dalam mengembangkan layanannya.

- c. Bagi Pemerintah atau Regulator

Penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi otoritas keuangan atau regulator dalam merumuskan kebijakan perlindungan konsumen, khususnya bagi kelompok usia muda yang rentan terhadap perilaku konsumtif akibat kemudahan akses kredit digital.

1.6 Sistematika Penulisan Skripsi

Skripsi ini disusun secara sistematis agar pembahasan menjadi lebih terstruktur dan mudah dipahami. Adapun sistematika penelitian dalam penelitian ini terdiri dari lima bab utama sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, Bab ini berisi latar belakang penelitian yang menjelaskan urgensi serta alasan mengapa penelitian ini dilakukan. Selain itu, bab ini juga mencakup rumusan masalah yang menjadi fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian baik secara teoritis maupun praktis, serta sistematika penelitian yang memberikan gambaran tentang isi dari setiap bab dalam skripsi ini.

Bab II Tinjauan Pustaka, Bab ini membahas kajian teori-teori yang relevan dengan variabel penelitian, seperti *lifestyle*, *electronic word of mouth* (E-WOM), religiusitas, dan *impulsive buying*. Selain itu, disajikan pula hasil-hasil penelitian terdahulu yang mendukung atau bertentangan, serta kerangka pemikiran dan hipotesis yang diajukan dalam penelitian.

Bab III Metode Penelitian, Bab ini menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian, mencakup jenis dan pendekatan penelitian, sumber data yang digunakan, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, serta metode analisis data yang akan digunakan dalam mengolah dan menginterpretasikan hasil



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

penelitian. Bab ini juga menjelaskan model penelitian serta teknik pengujian hipotesis yang digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, Bab ini menyajikan hasil analisis data yang telah dilakukan, baik secara deskriptif maupun statistik, untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Dalam bab ini juga dibahas hubungan antara *lifestyle*, *Electronic word of mouth*, dan religiusitas terhadap perilaku *impulsive buying* dalam penggunaan Shopee paylater, dan dikaitkan dengan nilai-nilai ekonomi Islam.

Bab V Penutup, Bab terakhir ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, serta keterbatasan penelitian yang dapat dijadikan dasar untuk pengembangan studi lanjutan.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB 5

PENUTUP

2.1 Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh lifestyle, electronic word of mouth (E-WOM), dan religiusitas terhadap impulsive buying pada Generasi Z Muslim pengguna Shopee PayLater, maka

Pernyataan X1.5 (*"Saya merasa menggunakan Shopee PayLater mencerminkan kebebasan saya dalam memilih gaya hidup modern"*) mencerminkan aspek nilai dan sikap individu yang ingin menunjukkan identitas diri sebagai bagian dari gaya hidup modern. Generasi Z cenderung memaknai kebebasan dalam berbelanja sebagai bentuk aktualisasi diri dan pencitraan sosial di era digital. Hal ini sejalan dengan temuan bahwa gaya hidup modern yang mengedepankan kebebasan memilih dan kenyamanan mendorong perilaku konsumsi yang cepat dan sesaat, sehingga meningkatkan kecenderungan impulsive buying. Sementara itu, meskipun nilai terendah terdapat pada item X1.6 (*"Saya tidak ingin merasa tertinggal dalam mengikuti tren"*), hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden mungkin tidak terlalu terfokus pada dorongan mengikuti tren dalam membentuk gaya hidupnya. Dengan kata lain, kecenderungan impulsive buying lebih didorong oleh keinginan untuk memenuhi kebutuhan pribadi secara cepat dan praktis daripada sekadar mengikuti apa yang sedang tren. Dengan demikian, pengaruh signifikan lifestyle terhadap impulsive buying melalui Shopee PayLater terutama dipengaruhi oleh nilai kebebasan dan kenyamanan dalam berbelanja, bukan semata-mata karena tekanan sosial untuk mengikuti tren.

Variabel electronic word of mouth (E-WOM) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap impulsive buying. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar kekuatan pengaruh ulasan, komentar, dan rekomendasi dari pengguna lain melalui media digital, maka semakin tinggi pula kecenderungan individu melakukan pembelian secara impulsif, termasuk dalam penggunaan Shopee PayLater. Pengaruh ini didukung oleh indikator "Kepercayaan" yang tercermin dalam pernyataan X2.9, yaitu *"Saya yakin bahwa pengalaman pengguna lain tentang Shopee PayLater dapat dijadikan referensi dalam mengambil keputusan."*



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Pernyataan ini memperoleh nilai rata-rata tertinggi, menunjukkan bahwa Generasi Z Muslim cenderung mengandalkan pengalaman orang lain yang mereka temukan melalui platform digital sebagai sumber informasi yang kredibel sebelum melakukan keputusan pembelian. Kepercayaan ini menjadi kunci dalam membangun keyakinan untuk bertransaksi, meskipun sifatnya seringkali impulsif. Sementara itu, item dengan rata-rata terendah terdapat pada indikator "Pengaruh Sosial" dalam pernyataan X2.11, yaitu *"Saya menggunakan Shopee PayLater karena banyak teman atau kerabat saya juga menggunakannya dan merekomendasikannya."* Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun pengaruh sosial dari teman atau kerabat tetap ada, namun kekuatan E-WOM yang berbasis pengalaman nyata di media digital lebih dominan mempengaruhi keputusan impulsive buying dibandingkan sekadar rekomendasi dari lingkungan sosial terdekat. Dengan demikian, temuan ini menegaskan bahwa di era digital, pengaruh E-WOM melalui media sosial dan platform online lebih efektif dalam mendorong perilaku konsumtif impulsif pada Generasi Z Muslim, dibandingkan dengan pengaruh sosial langsung dari teman atau kerabat.

Variabel Variabel religiusitas (X3) terbukti berpengaruh negatif dan signifikan terhadap impulsive buying, yang berarti semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang, semakin rendah kecenderungan mereka untuk melakukan pembelian impulsif menggunakan Shopee PayLater. Hal ini menunjukkan bahwa nilai-nilai keagamaan dan kesadaran spiritual menjadi mekanisme pengendali diri yang mendorong individu untuk lebih selektif dan mempertimbangkan kebutuhan secara matang sebelum berbelanja. Data deskriptif memperkuat temuan ini melalui indikator "Pengetahuan Keagamaan" pada pernyataan X3.5, yaitu *"Saya memahami bahwa Islam menganjurkan konsumsi sesuai kebutuhan, bukan berdasarkan keinginan semata,"* yang memperoleh nilai rata-rata tertinggi dibandingkan indikator lainnya. Ini mencerminkan bahwa pemahaman prinsip konsumsi Islami telah menjadi dasar utama bagi mayoritas responden dalam mengontrol perilaku konsumtif. Namun demikian, nilai rata-rata terendah terdapat pada indikator X3.6 (Pengalaman) dengan pernyataan *"Saya merasakan ketenangan batin ketika menghindari perilaku konsumtif berlebihan,"* yang mengindikasikan bahwa meskipun secara kognitif responden memahami ajaran agama terkait



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

konsumsi, namun secara emosional mereka belum sepenuhnya merasakan ketenangan atau kepuasan batin saat berhasil mengendalikan perilaku konsumtif. Dengan kata lain, kesadaran spiritual yang telah tertanam masih lebih dominan pada aspek pengetahuan dibandingkan pengalaman afektif yang mendalam, sehingga ruang penguatan pada aspek pengalaman religius masih diperlukan untuk lebih mengefektifkan kontrol diri dalam perilaku konsumsi impulsif di era digital.

2.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Pelaku Usaha *E-Commerce* (Shopee dan Platform Sejenis)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lifestyle dan E-WOM berpengaruh positif terhadap impulsive buying. Sesuai dengan Item terendah X1.6 pada indikator “Trend” Strategi yang dapat diterapkan antara lain melalui peningkatan kampanye pemasaran yang melibatkan influencer atau selebriti yang relevan dengan segmen generasi Z. Pendekatan ini bertujuan untuk membangun asosiasi antara penggunaan Shopee PayLater dengan gaya hidup yang kekinian dan tidak ketinggalan zaman. Selain itu, Shopee juga dapat mengembangkan program promosi atau kolaborasi dengan merek-merek populer yang sedang menjadi tren di kalangan anak muda. Upaya ini diharapkan dapat meningkatkan daya tarik Shopee PayLater tidak hanya sebagai alat pembayaran, tetapi juga sebagai bagian dari identitas gaya hidup yang mengikuti perkembangan zaman. Selain itu, penting untuk meningkatkan kualitas dan kredibilitas ulasan konsumen di platform maupun media sosial karena ulasan tersebut terbukti memengaruhi keputusan pembelian secara impulsif. Dengan demikian, strategi-strategi tersebut diharapkan mampu meningkatkan persepsi konsumen bahwa menggunakan Shopee PayLater adalah bagian dari upaya untuk tetap relevan dengan tren yang berkembang di masyarakat, khususnya di kalangan generasi muda.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2. Bagi Konsumen, Khususnya Generasi Z Muslim

Diharapkan konsumen, terutama Generasi Z muslim, dapat meningkatkan kesadaran dalam berbelanja agar tidak mudah terpengaruh oleh gaya hidup konsumtif dan paparan informasi dari media digital, khususnya yang bersifat persuasif seperti promosi dan ulasan online (*electronic word of mouth*). Untuk mencapainya, konsumen dapat mulai dengan membatasi waktu penggunaan aplikasi belanja daring, menonaktifkan notifikasi promosi yang memicu keinginan belanja spontan, serta membuat daftar kebutuhan sebelum melakukan transaksi. Konsumen juga disarankan untuk mengikuti edukasi keuangan dasar melalui media sosial, webinar, atau konten Islami yang relevan dengan gaya hidup syariah. Selain itu, penting untuk menanamkan nilai-nilai Islami dalam keputusan konsumsi, seperti mengutamakan kebutuhan daripada keinginan, menghindari pemborosan (*israf*), serta berhati-hati dalam menggunakan layanan berbasis utang seperti *PayLater* dengan cara mempertimbangkan kemampuan membayar, tidak menggunakan secara berlebihan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada ruang lingkup variabel dan subjek penelitian yang berfokus pada Generasi Z Muslim pengguna Shopee PayLater. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang mungkin turut memengaruhi *impulsive buying*, seperti tingkat literasi keuangan, kontrol diri (*self-control*), atau norma sosial. Selain itu, penelitian mendatang juga dapat memperluas objek studi pada platform e-commerce lainnya selain Shopee, atau membandingkan antara pengguna layanan *PayLater* dan non-*PayLater*. Pendekatan kualitatif atau campuran (*mixed methods*) juga dapat digunakan untuk menggali lebih dalam faktor-faktor psikologis dan religius yang memengaruhi perilaku konsumtif secara impulsif. Dengan demikian, hasil penelitian di masa mendatang diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif dan aplikatif dalam memahami perilaku konsumen Muslim di era digital.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR REFERENSI

- Abdullah, R., & Wahab, M. (2022). The influence of Islamic religiosity on online consumer behavior in the digital era. *International Journal of Islamic Business and Economics (IJIBEC)*, 6(1), 45–58.
- Aenaya, A. S., Peafut Gunawan, F. W., Anggraini, N., Nurhasanah, S., & Suryaningsih, Y. (2024). The Effect of Electronic Word of Mouth (EWOM) and Fear of Missing Out (FOMO) on Impulse Buying in Shopee Moderated Self-Control. *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 07(07), 4022–4027. <https://doi.org/10.47191/jefms/v7-i7-19>
- Ayu, I. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Religiusitas, Impulsif Buying, Hedonisme, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Online Store Media Sosial dengan Self Control Sebagai Variabel Intervening. *Al-Musthofa: Journal Of Sharia Economics*, 2(1), 23–37. <https://ejournal.iai-tabah.ac.id/index.php/musthofa/article/view/528>
- Ayu, S. S., Hasibuan, M., Rahmahdhani, D. N., Jelita, N., & Amelia, R. (2023). Implikasi Ribawi Dalam Layanan Spaylater: Analisis Terhadap Model Pembayaran Riba Spaylater. *JUEB : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 72–75. <https://doi.org/10.57218/jueb.v2i2.676>
- Cheung, C. M. K., & Thadani, D. R. (2012). The Impact of Electronic Word-of-Mouth Communication: A Literature Analysis and Integrative Model. *Journal Decision Support Systems*, 54(1), 461–470.
- Damayanti, F. D. W., & Canggi, C. (1905). Pengaruh Penggunaan Pembayaran Shopeepay Later Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Generasi Milenial Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1880–1888. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i3.2872>
- Effendi, S., Faruqi, F., Mustika, M., & Salim, R. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan, Electronic Word of Mouth dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Pembelian Impulsif pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Akuntansi Dan*



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Manajemen, 17(02), 22–31. <https://doi.org/10.36406/jam.v17i02.332>

El-Menouar, yasemin. (2014). The Five Dimensions of Muslim Religiosity: Results of an Empirical Study. *Methods, Data, Analyses*, 8(1), 53–78. <https://doi.org/https://doi.org/10.12758/mda.2014.003>

Erkan, I., & Evans, C. (2016). The influence of eWOM in social media on consumers' purchase intentions: An extended approach to information adoption. *Computers in Human Behavior*, 61, 47–55. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.003>

Fauziah, G. U., Nurochani, N., & Nopianti, N. (2022). Pengaruh Fasilitas (Fitur) E-Commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(2), 254. <https://doi.org/10.30829/ajei.v7i2.12665>

Fitriani, A., Sari, N. R., & Wibowo, A. D. (2023). Lifestyle and Impulsive Buying Behavior among Millennials and Gen Z. *International Journal of Business and Applied Social Science*, 9(2).

Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*. (Vol. 8). https://www.researchgate.net/publication/301199668_Aplikasi_Analisis_Multivariate_SPSS_23

Ghozali, I., & Latan, H. (2020). *Partial Least Squares Konsep Teknik dan Aplikasi dengan Program Smart PLS 3.0*.

Glock, C. Y., & Stark, R. (1965). Religion and Society in Tension. In *Rand McNally & Company*.

Google, Temasek, Bain, & Company. (2023). e-Conomy SEA 2023. In *Bain & Company*. <https://www.bain.com/insights/e-conomy-sea-2022/>

Hair, J. F., Black, W., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective* (Seventh Ed). Pearson Education.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Hazmi, F. (2023). Pengaruh Religiusitas Terhadap Impulse Buying dengan Intensitas Penggunaan Paylater Sebagai Variabel Intervening pada Generasi Milenial. *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(1), 19. <https://doi.org/10.29300/ba.v8i1.10841>

Herdiana, A. F. (2023). The Influence Of E-WOM and Discounts on Impulse Buying Behavior Pengaruh E-WOM dan Potongan Harga Terhadap Perilaku Impulse Buying. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(3), 3043–3048. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>

Ismagilova, E., Slade, E. L., Rana, N. P., & Dwivedi, Y. K. (2020). The Effect of Electronic Word of Mouth Communications on Intention to Buy: A Meta-Analysis. *Information Systems Frontiers*, 22(5), 1203–1226. <https://doi.org/10.1007/s10796-019-09924-y>

Julita, E., Idwal, & Yustati, H. (2022). Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2953. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6775>

Kotler, P., & Keller, K. (2016). Marketing Management, 15th Edition. In *Boston : Pearson Education*. (Global Edi). https://opac.lib.inaba.ac.id/index.php?p=show_detail&id=1781&keywords=

Kredivo. (2024). Perilaku Pengguna Paylater Indonesia 2024. In *Kredivo Group*. <https://kredivocorp.com/wp-content/uploads/2024/06/Laporan-Perilaku-Pengguna-Paylater-Indonesia-2024-Kredivo.pdf>

Listriyani, & Wahyono. (2019). The Role of Positive Emotion in Increasing Impulse Buying. *Management Analysis Journal*, 8(3), 312–320. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj/article/view/34265>

Mahardisatya, A. W., Nuraeni, S., Listiani, D., & Ningtias, D. R. (2024). *Pengaruh Shopping Lifestyle dan Penggunaan E-wallet*. 3(2), 203–215.

Nadea, P. P. (2023). *Pengaruh Religiusitas, Lifestyle dan Impulsive Buying*



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

terhadap Keputusan Pembelian pada Metode Pembayaran Shopee Paylater (Studi Kasus Mahasiswa UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto). <http://repository.uinsaizu.ac.id/19974/>

Nailul Huda. (2022). Akibat “beli sekarang bayar nanti”, banyak anak muda terjerat utang paylater. BBC News Indonesia. <https://www.bbc.com/indonesia/articles/cml0eempvkno>

Nirmala., Miftah, M., & Murtatik, S. (2022). Analisis Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Mahasiswa dalam Cashless Society. 10(1), 1–52. <https://doi.org/10.21608/pshj.2022.250026>

Novyantari, N. P. W., Imbayani, I. G. A., & Prayoga, I. M. S. (2024). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle Dan Self Control Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna E-Commerce Tokopedia Di Denpasar. *Jurnal Maneksi*, 13(1), 83–88. <https://doi.org/10.31959/jm.v13i1.2027>

Nurhayati, T., Hidayat, R. R., & Sari, M. (2021). Religiosity as a factor that moderates the effect of lifestyle on consumptive behavior in Muslim consumers. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 13(2), 123–135.

Populix. (2023). Fintech Lending & Paylater Adoption. In *Populix* (Issue October). <https://info.populix.co/articles/en/report/fintech-lending-and-paylater-2/>

Puspita, A., Afwa, A., & Moniko, M. (2023). the Influence of E-Wom and Price Discount on Impulse Buying At E-Commerce Users in Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 17(3), 378–391. <https://doi.org/10.32815/jibeka.v17i3.1938>

Rani, N. M., & Catherine, S. (2023). a Study on Impulsive Buying Behaviour in Online Shopping. *International Journal of Professional Business Review*, 8(3), 1–17. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i3.1237>

Rook, D. W. (1987). The Buying Impulse. *Journal of Consumer Research*, 14(2), 189. <https://doi.org/10.1086/209105>



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Santika, E. F. (2024). *10 Provinsi dengan Jumlah Pengguna PayLater Terbanyak Berdasarkan Jenis Transaksi Online* (2024).

https://databoks.katadata.co.id/produk-konsumen/statistik/78eae763fc4c7e9/jawa-barat-provinsi-pengguna-paylater-online-terbanyak-2024?utm_source=chatgpt.com

Sayyidah, A. F., Mardhotillah, R. N., Sabila, N. A., & Rejeki, S. (2022). Peran Religiusitas Islam dalam Meningkatkan Kesejahteraan Psikologis. *Al-Qalb : Jurnal Psikologi Islam*, 13(2), 103–115. <https://doi.org/10.15548/alqalb.v13i2.4274>

Shopee. (2025, March 17). *PayLater: Pengertian, Keuntungan, dan Tips Menggunakannya*. <https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/apa-itu-paylater-adalah/>

Solomon, M. R., Bamossy, G. J., Askegaard, S., & Hogg, M. K. (2022). *Consumer Behaviour: A European Perspective (7th Edition)*. Pearson Education. https://www.researchgate.net/publication/280824090_Consumer_Behavior_Buying_Having_and_Being_8th_ed20091Michael_R_Solomon_Consumer_Behavior_Buying_Having_and_Being_8th_ed_Upper_Saddle_River_NJ_Pearson_Education_2009_ISBN_-13_978-0-13-515336-9_-10_0-13

Subagio. (2023). Pengaruh Religiusitas terhadap Impulse Buying pada Mahasiswa Ekonomi Syariah FEB UNEJ. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen (JEAM)*, 22(1).

Sukma, M. N., & Canggih, C. (2021). Pengaruh Electronic Money, Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumsi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 209. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1570>

Sun, B., Zhang, Y., & Zheng, L. (2023). Relationship between time pressure and consumers' impulsive buying—Role of perceived value and emotions. *Heliyon*, 9(12), e23185. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e23185>

Susilowati, I. H., & Tukiran, M. (2024). The Electronic Word-of-Mouth (e-WOM)



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Research: A Scope of Literature Review. *INTERNATIONAL JOURNAL OF SOCIAL AND MANAGEMENT STUDIES (IJOSMAS)*, 5(2), 1–10.
<https://www.ijosmas.org>

Tanriady, I., & Septina, F. (2022). Pengaruh E-Wom dan Sales Promotion Terhadap Impulsive Buying Produk Fashion di Shopee pada Mahasiswa Universitas Ciputra Surabaya. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.35914/jemma.v5i1.800>

Tjemara, N. R., & Nurlinda. (2025). Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement dan Discount Price terhadap Impulse Buying. *Lokawati : Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 3(1), 345–365.
<https://doi.org/10.61132/lokawati.v3i1.1529>

Wale, N. B., & Situmorang, T. P. (2023). Analisis impulsif buying pada belanja online (study pada konsumen online shop Waingapu Blessing). *Innovative: Journal Of Social Science ...*, 3(3), 4349–4365. <http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/2619%0Ahttps://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/download/2619/1860>

Wicaksono, A. (2021, June 16). *Survei: Gen Z Lebih Sedikit Menabung*. Metro TV News.

Yonatan, A. Z. (2024, June 4). *Uang Cepat Habis? Ini Dia Proporsi Pengeluaran Bulanan Gen Z*. GoodStats. <https://goodstats.id>



LAMPIRAN

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yth. Saudara/i Responden

Perkenalkan, saya Tiara Falandaru Alfiani, mahasiswi Program Studi D4 Keuangan dan Perbankan Syariah di Politeknik Negeri Jakarta. Saat ini saya sedang menjalani proses penyusunan tugas akhir (skripsi) sebagai salah satu syarat kelulusan. Adapun penelitian yang saya lakukan mengangkat topik:

“Pengaruh Lifestyle, Electronic Word Of Mouth (E-WOM), dan Religiusitas terhadap Impulsive Buying Pada Gen Z Muslim Pengguna Shopee Paylater”

Survei ini dilakukan bertujuan untuk memperoleh informasi yang akan digunakan sebagai dasar dalam penyusunan tugas akhir saya. Sehubungan dengan hal tersebut, saya memohon kesediaan Saudara/i untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner ini dengan jujur dan berdasarkan pengalaman pribadi.

Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah:

1. Berusia 21 - 28 tahun (Kategori Gen Z)
2. Beragama Islam
3. Berdomisili di wilayah Jabodetabek
4. Pengguna aktif fitur Shopee PayLater.

🔵 Kerahasiaan dan kenyamanan Anda adalah prioritas .

Seluruh jawaban bersifat anonim dan hanya digunakan untuk keperluan akademik. Terima kasih atas partisipasinya. Semoga kebaikan anda mendapatkan balasan dari Allah SWT.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Hormat Saya,

Tiara Falandaru Alfiani



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 2 Kuesioner penelitian (lanjutan)

BAGIAN I: TAHAP SCREENING

Jika jawaban Anda terhadap pernyataan di bawah ini adalah "Ya", maka Anda dapat melanjutkan ke pernyataan berikutnya. Namun, jika jawabannya "Tidak", maka Anda tidak dapat melanjutkan ke pernyataan selanjutnya.

1. Saya berusia antara 21–28 tahun (Kelompok Gen Z)
 - ☐ Ya
 - ☐ Tidak (Mohon maaf anda tidak memenuhi kriteria responden dan tidak dapat melanjutkan pengisian kuesioner)
2. Saya adalah seorang Muslim
 - ☐ Ya
 - ☐ Tidak (Mohon maaf anda tidak memenuhi kriteria responden dan tidak dapat melanjutkan pengisian kuesioner)
3. Saya tinggal di wilayah Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi)
 - ☐ Ya
 - ☐ Tidak (Mohon maaf anda tidak memenuhi kriteria responden dan tidak dapat melanjutkan pengisian kuesioner)
4. Saya merupakan pengguna Shopee Paylater
 - ☐ Ya
 - ☐ Tidak (Mohon maaf anda tidak memenuhi kriteria responden dan tidak dapat melanjutkan pengisian kuesioner)



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

BAGIAN II: IDENTITAS RESPONDEN

Profil Responden

Harap melengkapi informasi berikut dengan sebenar-benarnya. Data ini hanya digunakan untuk keperluan penelitian, semua informasi yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya.

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban
1	Nama	
2	Usia	21-23 Tahun
		24-26 Tahun
		27-28 Tahun
3	Jenis Kelamin	Perempuan
		Laki-Laki
4	Domisili	Jakarta
		Bogor
		Depok
		Tangerang
		Bekasi
5	Pendidikan Terakhir	SD/Sederajat
		SMP/Sederajat
		SMA/SMK/Sederajat
		Diploma (D1/D2/D3)
		Sarjana (S1/D4)
		Pascasarjana (S2/S3)
6	Pekerjaan	Mahasiswa/Pelajar
		Pegawai Negeri
		Pegawai Swasta
		Wirausaha
7	Penghasilan per bulan	Lainnya
		< Rp 1.000.000
		Rp 1.000.000-Rp 3.000.000
		Rp 3.000.000-Rp5.000.000
8	Lama Penggunaan Shopee Paylatr	> Rp 5.000.000
		< 6 Bulan
		6 Bulan-1 Tahun
		> 1 Tahun

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAGIAN III: PETUNJUK PRNGISIAN KUESIONER

Petunjuk Umum Pengisian Kuesioner

Bacalah dan pahami seluruh pertanyaan dan pernyataan dengan teliti, Jawablah setiap pertanyaan dan pernyataan yang ada dalam kuesioner, Tidak ada jawaban benar atau salah, pilihlah jawaban yang sesuai dengan keadaan.

Skala Penelitian

Kuesioner ini menggunakan skala likert yang terdiri dari poin 1-4

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Setuju (S)

4 = Sangat Setuju (SS)

BAGIAN IV: PERNYATAAN INTI

Variabel *Lifestyle* (X1)

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
		1	2	3	4
1	Saya menggunakan Shopee PayLater untuk membeli barang yang mencerminkan gaya hidup saya.				
2	Saya terbiasa menggunakan Shopee PayLater dalam aktivitas belanja online saya.				
3	Saya merasa menggunakan Shopee PayLater mencerminkan kebebasan saya dalam memilih gaya hidup modern.				
4	Saya tidak ingin merasa tertinggal dalam mengikuti tren				



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Variabel *Electronic Wprd Of Mouth* (E-WOM) (X2)

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
		1	2	3	4
1	Saya sering membaca ulasan atau komentar pengguna lain tentang Shopee PayLater sebelum memutuskan untuk menggunakannya.				
2	Saya mempertimbangkan kembali keputusan menggunakan Shopee PayLater setelah membaca ulasan negatif dari pengguna lain.				
3	Saya lebih percaya pada ulasan dari pengguna Shopee PayLater di Media Sosial				
4	Saya lebih tertarik membaca ulasan dari pengguna Shopee PayLater yang memiliki gaya hidup atau latar belakang serupa dengan saya.				
5	Informasi dari ulasan pengguna membantu saya memahami cara kerja Shopee PayLater.				
6	Ulasan bernada kecewa atau marah membuat saya ragu untuk menggunakan Shopee PayLater.				
7	Saya yakin bahwa pengalaman pengguna lain tentang Shopee PayLater dapat dijadikan referensi dalam mengambil keputusan.				
8	Saya menggunakan Shopee PayLater karena banyak teman atau kerabat saya juga menggunakannya dan merekomendasikannya.				



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Variabel Religiusitas (X3)

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
		1	2	3	4
1	Saya meyakini bahwa menggunakan layanan yang mengandung unsur riba bertentangan dengan ajaran Islam.				
2	Saya merasa lebih berhati-hati dalam menggunakan layanan seperti PayLater karena ingin menjaga ketaatan beragama.				
3	Saya memahami bahwa Islam menganjurkan konsumsi sesuai kebutuhan, bukan berdasarkan keinginan semata.				
4	Saya merasakan ketenangan batin ketika menghindari perilaku konsumtif berlebihan.				
5	Saya berusaha menyesuaikan perilaku konsumsi saya, termasuk dalam penggunaan PayLater, agar tidak berlebihan sesuai dengan ajaran Islam.				

Variabel Impulsive Buying (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
		1	2	3	4
1	Saya sering menggunakan Shopee PayLater untuk membeli barang secara spontan tanpa berpikir panjang.				
2	Saya sering melakukan pembelian impulsif melalui Shopee PayLater karena dipicu oleh suasana hati tertentu.				
3	Saya jarang mempertimbangkan secara matang apakah barang yang saya beli dengan Shopee PayLater benar-benar saya perlukan.				
4	Saya merasa senang dan puas sesaat setelah membeli barang dengan Shopee PayLater, meskipun kebahagiaan itu cepat berlalu.				
5	Saya merasa khawatir dengan keputusan belanja saya setelah menyadari beban cicilan dari penggunaan Shopee PayLater.				



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 3 Tabulasi Data hasil kuesioner

Lifestyle (X1)				
No	X1.1	X1.4	X1.5	X1.6
1	3	4	4	3
2	4	4	3	2
3	3	2	4	3
4	3	2	4	3
5	3	4	2	4
6	3	4	4	3
7	3	4	4	3
8	4	4	3	4
9	3	2	3	3
10	3	3	4	3
11	4	4	3	4
12	2	3	3	2
13	4	3	3	4
14	3	2	3	3
15	4	3	4	2
16	3	3	4	4
17	3	4	3	3
18	4	4	3	4
19	4	3	4	4
20	3	4	3	2
21	3	3	4	2
22	4	3	3	4
23	4	3	4	4
24	3	4	4	3
25	3	4	3	3
26	3	3	4	4
27	3	3	3	4
28	3	4	3	2
29	4	4	4	3
30	3	2	3	4
31	4	3	3	4
32	3	3	4	3
33	4	4	3	2
34	2	3	3	3
35	3	4	2	3
36	4	4	3	4
37	4	4	4	3
38	3	3	4	4
39	2	3	3	4
40	3	3	3	2
41	3	2	3	3
42	3	3	3	2
43	4	3	3	4
44	3	3	2	3
45	3	3	4	2
46	3	4	4	3
47	3	2	3	4



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

48	4	4	4	3
49	3	4	2	4
50	1	1	1	1
51	1	2	2	1
52	4	4	4	4
53	4	4	3	4
54	1	2	1	2
55	3	3	3	3
56	3	4	4	4
57	3	4	4	3
58	4	3	2	3
59	3	3	2	3
60	4	3	3	3
61	2	1	1	1
62	2	1	1	1
63	1	1	2	1
64	2	1	2	2
65	2	2	1	1
66	1	2	1	1
67	1	1	2	1
68	3	3	4	3
69	2	2	1	1
70	2	1	1	1
71	2	2	1	1
72	3	3	4	4
73	3	4	3	3
74	2	1	2	2
75	3	3	4	3
76	4	3	4	4
77	1	2	1	1
78	3	2	3	3
79	4	4	3	4
80	3	2	3	4
81	3	4	4	4
82	4	3	4	2
83	3	3	4	4
84	3	3	3	4
85	4	3	3	4
86	3	3	4	4
87	4	4	4	3
88	4	4	3	4
89	3	4	3	4
90	3	4	3	2
91	1	1	2	2
92	3	3	4	4
93	4	4	4	3
94	4	4	3	2
95	4	4	4	3
96	4	3	4	3
97	2	2	1	1
98	1	1	2	1



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

99	2	1	1	2
100	4	4	3	3
101	3	4	4	3
102	3	3	3	4
103	1	2	2	1
104	3	3	4	3
105	4	4	3	3
106	3	3	4	3
107	3	3	3	4
108	4	4	3	3
109	3	3	4	4
110	4	3	4	3

Electronic Word Of Mouth (E-WOM) (X2)								
No	X2.1	X2.3	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.11
1	4	4	3	4	3	3	4	3
2	4	3	3	3	3	2	4	4
3	3	2	4	3	3	4	4	2
4	4	4	2	3	4	4	3	2
5	3	4	4	2	3	3	4	2
6	4	4	3	4	4	3	4	4
7	2	3	3	4	3	4	3	2
8	3	3	4	3	4	4	3	4
9	4	4	3	3	4	3	3	3
10	4	4	3	4	3	3	4	3
11	4	3	4	3	3	4	3	3
12	2	3	3	3	4	3	4	2
13	3	4	4	3	4	2	4	3
14	3	4	2	3	3	4	3	3
15	3	1	3	3	4	3	4	4
16	3	4	3	3	3	4	3	4
17	4	3	4	4	4	3	4	3
18	3	4	3	3	3	4	3	4
19	3	4	3	3	3	4	3	4
20	3	4	4	3	4	3	3	1
21	4	3	3	4	4	3	3	3
22	3	4	4	3	3	4	3	4
23	3	3	4	3	4	4	3	3
24	3	3	4	3	4	3	3	4
25	4	4	3	4	3	3	4	3
26	3	4	4	4	3	4	4	3
27	4	3	3	4	4	3	3	2
28	3	4	4	3	4	2	3	4



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

29	4	4	4	4	3	2	3	4
30	2	2	3	4	3	2	3	4
31	4	3	4	4	3	2	4	3
32	3	3	4	4	3	3	4	4
33	4	2	4	4	3	1	4	4
34	4	3	3	2	3	4	4	3
35	4	4	3	4	2	3	2	3
36	2	3	4	4	4	4	4	3
37	3	3	4	4	4	3	3	3
38	4	3	3	4	3	2	3	4
39	4	3	4	4	4	4	3	3
40	4	3	2	3	3	3	4	2
41	4	4	3	2	3	3	3	3
42	3	4	4	3	3	4	4	3
43	4	3	3	4	3	3	4	4
44	4	3	3	3	3	4	3	3
45	4	3	3	4	3	4	3	4
46	3	4	3	4	4	3	4	3
47	2	2	3	3	3	3	3	4
48	3	4	4	3	3	4	4	4
49	3	4	3	3	3	4	3	3
50	1	2	1	2	1	1	2	1
51	2	2	2	1	1	2	1	1
52	4	2	4	4	3	4	4	4
53	4	4	3	4	3	4	4	4
54	1	1	1	1	1	1	1	2
55	4	3	4	4	4	3	4	3
56	4	3	3	4	3	2	3	4
57	3	3	4	3	3	4	3	3
58	3	3	4	4	3	2	3	3
59	3	3	4	3	3	3	4	4
60	3	3	4	4	4	3	4	4
61	1	2	1	1	2	2	1	1
62	1	1	1	1	1	1	1	2
63	1	1	1	2	1	2	2	2
64	2	1	2	1	1	2	2	1
65	1	1	2	4	2	1	1	1
66	1	1	1	2	1	1	1	2
67	1	1	1	2	2	1	1	1
68	3	3	4	4	3	3	4	3
69	2	1	1	1	2	1	2	2



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

70	1	1	1	2	1	1	2	2
71	1	1	2	1	1	1	1	1
72	4	4	4	4	3	3	4	4
73	4	3	3	4	4	3	4	4
74	2	2	1	1	2	1	2	1
75	3	4	4	3	4	3	3	3
76	4	4	3	4	3	4	4	4
77	2	1	1	2	1	2	1	1
78	3	4	4	3	3	4	3	3
79	3	3	3	4	4	3	4	2
80	4	4	4	3	3	3	4	2
81	4	3	3	4	3	3	3	4
82	4	4	3	3	4	4	4	4
83	3	4	4	3	4	4	4	3
84	3	4	4	3	3	4	3	4
85	4	4	3	2	3	3	4	3
86	4	3	3	3	4	3	3	4
87	3	3	4	3	2	4	2	3
88	3	3	3	4	3	3	4	3
89	3	4	3	4	4	2	3	4
90	3	4	3	3	3	4	3	3
91	1	2	1	1	1	1	1	2
92	3	4	3	3	4	3	4	3
93	4	4	4	4	4	4	4	3
94	4	4	3	4	4	3	4	3
95	4	4	4	4	4	4	4	4
96	4	4	3	4	4	4	4	4
97	2	1	2	2	1	1	1	1
98	1	1	2	1	1	2	2	2
99	1	2	2	1	1	2	2	2
100	3	4	4	3	4	3	3	4
101	3	3	4	4	4	3	3	4
102	4	3	4	3	3	3	4	4
103	1	1	2	2	1	1	2	2
104	4	4	4	3	4	4	3	3
105	3	4	3	3	4	4	3	3
106	3	4	4	3	3	4	4	3
107	4	4	3	4	3	3	4	4
108	3	4	4	3	3	4	4	3
109	4	4	3	3	4	4	3	3
110	4	4	4	3	4	4	3	3



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Religiusitas (X3)					
No	X3.2	X3.3	X3.5	X3.6	X3.7
1	1	2	2	1	2
2	2	2	2	1	2
3	2	1	2	1	2
4	2	1	1	2	1
5	2	1	2	2	1
6	1	2	2	1	2
7	2	2	1	2	1
8	2	1	1	2	1
9	1	2	2	1	2
10	1	1	2	1	1
11	2	1	1	2	1
12	2	1	2	2	2
13	3	3	4	3	4
14	2	2	1	1	2
15	2	1	2	2	1
16	2	1	2	2	1
17	2	1	1	2	1
18	2	1	1	2	1
19	2	1	1	2	1
20	3	4	3	1	3
21	2	1	3	3	3
22	2	1	2	1	2
23	1	2	1	1	2
24	2	2	1	1	2
25	1	2	1	1	1
26	1	2	2	1	1
27	3	2	4	2	4
28	3	3	2	3	3
29	3	3	4	3	4
30	3	2	3	2	2
31	3	3	4	3	4
32	3	3	4	3	3
33	3	2	4	4	3
34	3	3	4	4	4
35	1	3	4	3	3
36	1	2	2	1	2
37	1	1	2	1	1



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

38	2	1	1	2	2
39	1	1	2	1	2
40	3	3	4	3	3
41	3	3	3	2	2
42	3	3	3	3	4
43	2	4	3	2	4
44	3	3	3	3	3
45	3	2	2	1	2
46	2	2	3	2	2
47	2	2	1	2	2
48	1	2	1	2	2
49	2	2	1	1	1
50	3	4	4	3	3
51	3	4	4	4	3
52	2	1	2	1	1
53	2	2	1	2	1
54	3	4	4	3	4
55	1	2	1	1	1
56	2	1	1	2	2
57	2	2	1	1	2
58	1	2	1	1	1
59	1	2	1	2	2
60	2	1	2	2	1
61	3	3	4	4	4
62	3	4	4	4	3
63	3	4	4	3	4
64	3	4	4	3	3
65	4	3	3	4	4
66	4	4	3	3	4
67	3	4	4	3	3
68	2	1	2	1	1
69	3	4	4	4	4
70	4	4	4	4	3
71	4	4	3	3	3
72	1	1	1	1	1
73	1	2	1	1	2
74	4	3	4	4	4
75	2	1	2	2	1
76	1	1	1	2	2
77	3	3	4	3	4



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

78	1	1	2	2	1
79	1	2	1	2	2
80	2	1	1	2	2
81	1	2	2	1	2
82	1	2	2	1	2
83	1	2	1	1	1
84	1	2	2	1	2
85	1	1	2	1	2
86	1	1	2	1	2
87	2	1	2	2	1
88	1	1	2	1	2
89	2	1	2	1	2
90	2	1	2	2	1
91	3	4	3	4	3
92	2	2	1	2	1
93	2	1	1	2	1
94	1	1	2	1	1
95	1	1	2	1	2
96	2	1	1	2	2
97	4	3	3	3	3
98	3	3	3	3	4
99	3	4	3	4	2
100	2	1	1	2	2
101	3	3	4	4	3
102	3	3	4	4	4
103	2	2	2	1	2
104	3	3	4	3	3
105	4	4	3	3	4
106	4	3	3	4	4
107	3	2	3	4	4
108	4	4	3	3	4
109	4	3	3	3	3
110	4	4	4	3	3

Impulsive Buying (Y)					
No	X3.2	X3.3	X3.5	X3.6	X3.7
1	3	4	3	4	4
2	4	4	4	3	3
3	4	3	2	4	4
4	4	3	3	4	2
5	3	4	4	3	4



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

6	3	3	4	3	3
7	3	2	3	4	3
8	3	4	4	3	4
9	2	2	3	4	3
10	3	4	4	3	4
11	3	3	4	3	3
12	3	2	3	4	3
13	4	2	2	3	2
14	2	3	4	4	2
15	3	4	2	4	3
16	4	3	4	4	4
17	4	3	3	4	3
18	3	4	3	3	4
19	4	3	4	4	3
20	4	3	2	3	4
21	3	3	2	1	2
22	4	3	4	3	3
23	3	3	4	3	3
24	3	3	4	4	3
25	3	4	3	3	4
26	4	3	4	3	4
27	4	3	2	4	4
28	2	3	2	3	2
29	3	4	4	4	4
30	3	4	3	2	2
31	3	4	3	4	3
32	2	1	2	3	3
33	4	4	2	3	4
34	2	1	2	3	4
35	2	4	2	4	3
36	3	3	4	4	4
37	3	3	4	3	2
38	4	4	3	3	4
39	3	4	3	2	3
40	3	4	2	3	3
41	3	3	2	3	4
42	3	4	3	3	4
43	4	4	3	4	3
44	3	3	3	3	3
45	3	4	3	4	4
46	4	3	4	4	3
47	4	3	2	3	2
48	4	3	4	4	4
49	3	3	4	3	2
50	1	2	2	2	1
51	1	2	1	2	1
52	4	3	3	3	4
53	3	4	4	4	3
54	2	1	2	1	1



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

55	4	2	3	3	3
56	3	3	3	4	4
57	4	4	3	3	3
58	4	3	3	4	4
59	3	3	3	4	3
60	4	4	3	4	3
61	1	2	2	2	1
62	2	1	1	1	2
63	1	2	1	2	2
64	1	1	1	2	2
65	1	1	1	2	4
66	1	1	1	1	1
67	1	2	2	1	1
68	4	3	3	4	3
69	1	2	2	1	1
70	1	2	1	2	1
71	2	1	1	2	2
72	4	4	3	3	3
73	3	4	4	3	4
74	1	1	1	1	1
75	3	3	4	3	4
76	4	3	4	4	4
77	2	2	1	2	2
78	3	4	3	3	4
79	3	4	3	3	4
80	4	3	4	3	3
81	3	4	3	4	3
82	3	3	3	4	4
83	3	3	3	4	4
84	4	3	3	4	4
85	4	3	3	4	4
86	4	4	3	4	4
87	3	3	4	4	3
88	4	3	3	3	3
89	3	4	2	3	2
90	4	3	4	3	3
91	2	1	2	2	1
92	3	4	3	3	3
93	3	4	4	4	4
94	3	4	3	3	3
95	3	4	4	4	2
96	3	4	3	4	4
97	2	2	1	1	1
98	2	1	1	2	2
99	1	2	2	1	1
100	4	3	3	4	4
101	3	3	4	3	3
102	4	4	3	3	4
103	2	2	2	2	1



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

104	3	3	3	4	4
105	3	3	3	4	3
106	2	2	2	1	1
107	1	2	2	1	2
108	1	2	2	3	2
109	1	2	2	1	1
110	2	2	2	1	2



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Pre-Test

Output Uji Validitas (Belum Valid)

Outer Loading

	(X1) Lifestyle	(X2) E-WOM	(X3) Religiusitas	(Y) Impulsive Buying
X1.1	0.747			
X1.2	-0.495			
X1.3	-0.580			
X1.4	0.879			
X1.5	0.843			
X1.6	0.775			
X2.1		0.780		
X2.10		-0.101		
X2.11		0.796		
X2.12		-0.009		
X2.2		-0.275		
X2.3		0.712		
X2.4		-0.148		
X2.5		0.882		
X2.6		0.840		
X2.7		0.824		
X2.8		0.781		
X2.9		0.816		
X3.1			0.031	
X3.2			0.731	
X3.3			0.717	
X3.4			0.302	
X3.5			0.844	
X3.6			0.798	
X3.7			0.870	
X3.8			0.110	
Y1				0.811
Y2				-0.061
Y3				0.786
Y4				0.832
Y5				-0.000
Y6				0.201
Y7				0.820
Y8				0.753

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Output setelah penghapusan item tidak valid Uji Validitas dan Reliabilitas Outer Loading

	(X1) Lifestyle	(X2) E-WOM	(X3) Religiusitas	(Y) Impulsive Buying
X1.1	0.856			
X1.4	0.909			
X1.5	0.892			
X1.6	0.865			
X2.1		0.774		
X2.11		0.802		
X2.3		0.723		
X2.5		0.898		
X2.6		0.845		
X2.7		0.846		
X2.8		0.786		
X2.9		0.824		
X3.2			0.813	
X3.3			0.788	
X3.5			0.850	
X3.6			0.811	
X3.7			0.879	
Y1				0.803
Y3				0.809
Y4				0.838
Y7				0.821
Y8				0.790

Construct Reliability and Validity

Matrix	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance
	Cronbach's Al...	rho_A	Composite Rel...	Average Varian...
(X1) Lifestyle	0.907	0.968	0.933	0.776
(X2) E-WOM	0.931	0.955	0.940	0.662
(X3) Religiusitas	0.887	0.920	0.916	0.687
(Y) Impulsive B...	0.873	0.898	0.907	0.660

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 5 Hasil Uji Analisis Model Pengukuran (*Outer Model*)

Output Uji Validitas dan Reliabilitas

Outer Loading

	(X1) Lifestyle	(X2) E-WOM	(X3) Religiusitas	(Y) Impulsive Buying
X1.1	0.887			
X1.4	0.837			
X1.5	0.829			
X1.6	0.819			
X2.1		0.854		
X2.11		0.764		
X2.3		0.826		
X2.5		0.843		
X2.6		0.800		
X2.7		0.866		
X2.8		0.763		
X2.9		0.865		
X3.2			0.876	
X3.3			0.871	
X3.5			0.884	
X3.6			0.876	
X3.7			0.890	
Y1				0.854
Y3				0.807
Y4				0.819
Y7				0.847
Y8				0.824

Construct Reliability and Validity

Matrix	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance
	Cronbach's Al...	rho_A	Composite Rel...	Average Varian...
(X1) Lifestyle	0.864	0.866	0.908	0.711
(X2) E-WOM	0.932	0.933	0.944	0.678
(X3) Religiusitas	0.927	0.929	0.945	0.773
(Y) Impulsive B...	0.887	0.889	0.917	0.689

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Validitas Diskriminan (*Cross Loading*)

	(X1) Lifestyle	(X2) E-WOM	(X3) Religiusitas	(Y) Impulsive Buying
X1.1	0.887	0.810	-0.498	0.727
X1.4	0.837	0.764	-0.493	0.690
X1.5	0.829	0.815	-0.542	0.671
X1.6	0.819	0.750	-0.541	0.658
X2.1	0.773	0.854	-0.445	0.681
X2.11	0.746	0.764	-0.478	0.649
X2.3	0.751	0.826	-0.470	0.647
X2.5	0.809	0.843	-0.491	0.699
X2.6	0.759	0.800	-0.529	0.682
X2.7	0.800	0.866	-0.524	0.673
X2.8	0.712	0.763	-0.518	0.615
X2.9	0.774	0.865	-0.517	0.701
X3.2	-0.510	-0.528	0.876	-0.676
X3.3	-0.623	-0.615	0.871	-0.696
X3.5	-0.535	-0.508	0.884	-0.604
X3.6	-0.535	-0.531	0.876	-0.660
X3.7	-0.484	-0.452	0.890	-0.598
Y1	0.686	0.667	-0.652	0.854
Y3	0.667	0.682	-0.579	0.807
Y4	0.729	0.705	-0.700	0.819
Y7	0.654	0.654	-0.596	0.847
Y8	0.636	0.662	-0.522	0.824

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 6 Hasil Uji Analisis Model Struktural (*Inner Model*)

R Square

Matrix	R Square	R Square Adjusted
	R Square	R Square Adjusted
(Y) Impulsive Buying	0.769	0.762

f Square

Matrix	f Square
	(X1) Lifestyle (X2) E-WOM (X3) Religiusitas (Y) Impulsive Buying
(X1) Lifestyle	0.048
(X2) E-WOM	0.059
(X3) Religiusitas	0.358
(Y) Impulsive Buying	

Construct Crossvalidated Redundancy

Total	Case1	Case2	Case3	Case4	Case5
	SSO	SSE	Q ² (= 1-SSE/SSO)		
(X1) Lifestyle	440.000	440.000			
(X2) E-WOM	880.000	880.000			
(X3) Religiusitas	550.000	550.000			
(Y) Impulsive Buying	550.000	265.125			0.518

Path Coefficients

 Mean, STDEV, T-Values, P-Val...	 Confidence Intervals	 Confidence Intervals Bias Co...	 Samples	Copy to Clipboard:	 Excel Format	 R Fo
	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	
(X1) Lifestyle -> (Y) Impulsive Buying	0.292	0.292	0.112	2.616	0.009	
(X2) E-WOM -> (Y) Impulsive Buying	0.320	0.329	0.128	2.510	0.012	
(X3) Religiusitas -> (Y) Impulsive Buying	-0.367	-0.360	0.090	4.066	0.000	

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta